

**FACTORES DE ORDEN PERSONAL Y FAMILIAR EN EL EMPRENDIMIENTO DE  
MUJERES MICROEMPRESARIAS DE LA CIUDAD DE SINCELEJO, SUCRE**

**Cindy Margarita Martínez Mercado**



**DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN DESARROLLO SOCIAL**

**FACTORES DE ORDEN PERSONAL Y FAMILIAR EN EL EMPRENDIMIENTO DE  
MUJERES MICROEMPRESARIAS DE LA CIUDAD DE SINCELEJO, SUCRE**

Tesis presentada a la Universidad del Norte para optar al Grado de Magíster en  
Desarrollo Social

Por

Cindy Margarita Martínez Mercado

Director de Tesis: Dra. Marina Llanos



**Noviembre, 2018**

## **Dedicatoria**

*Al único y soberano Dios, a ti sea la honra y la gloria, por cuanto tu misericordia y amor no se han acortado para conmigo y mi familia. A ti porque durante todo este tiempo fuiste quien me mantuvo de pie cuando quise desmayar.*

*A mi madre, por ser mi más grande heroína, por su amor y oraciones; quien a pesar de estar peleando su propia batalla, nunca dejó de orar y decirme tú puedes.*

*A mi manita Grey, por estar ahí siempre mostrándome su amor, tan dedicada y queriendo siempre ayudarme.*

*A mi padre, que aunque hoy no estas a nuestro lado y hayas decidido alejarte, también he pensado en ti para alcanzar este triunfo, espero que cuando lo sepas te sientas orgulloso de mi, Te amo.*

*A la familia Martínez Ibáñez, por ustedes también logré esta meta, gracias por sus constantes oraciones.*

*A mi gran Tesoro de amor Uriel, tú que siempre estabas ahí mostrándome tu amor y presto a darme una palabra de aliento. Gracias por aguantar mis cuadros de estrés, te amo infinitamente.*

*A mis hermanos que aunque no lo son de sangre, si lo son del alma, Ariel, Armando, Bianca y Anyi, definitivamente Dios me premio con ustedes, los Amooooooooo...*

## **Agradecimientos**

A la Dra. Marina Llanos, por ser tan paciente para conmigo, por creer hasta el último momento en mí y entregar ese esfuerzo extra en su excelente labor, Dios la bendiga.

Mis más sinceros agradecimientos a las mujeres emprendedoras del municipio de Sincelejo que abrieron sus puertas para recibirme y participar del estudio.

A la Universidad del Norte, directivos y docentes, por brindar los mejores escenarios y calidad humana para la formación integral de sus estudiantes.

Al Dr. Camilo Madariaga, es impecable su labor. Mil gracias por tratar siempre de que lográramos nuestra meta.

A Jhon Vidal, gracias por un día creer en mí e impulsar mi formación, hombre digno de admirar y ejemplo a seguir.

Al equipo de trabajo, Formación de Alto Nivel, gracias por hacer posible el sueño de muchos profesionales.

A todos mis amigos de la Cohorte 19, con ustedes se vivieron momentos maravillosos, inclusive cuando no dormíamos estudiando, hacíamos que todo fuera hermoso.

## **Resumen**

La investigación se orientó al análisis de los factores de orden personal y familiar en el nivel de resultados de las unidades de emprendimiento de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre. Utilizando la metodología Descriptiva Comparativa, con una muestra de 120 mujeres que obtuvieron altos y bajos resultados de sus unidades productivas. Aplicándose principalmente seis (6) instrumentos para la recolección de la información: Encuesta de datos sociodemográficos, la Escala de Autoeficacia General basada en los planteamientos de Bandura (1977), en la versión en español de Bábler, Schwarzer y Jerusalem (1996); entrevistas de socialización económica, usando para ello la guía que adaptó Marianela Denegri (Amar, et al., 2005); la Escala de Evaluación del Nivel de Alfabetización Económica TAE-A, para evaluar el nivel de comprensión de conceptos y prácticas necesarias para un desempeño económico eficiente; la Escala de Conductas de Consumo y la Escala de Actitudes hacía el Endeudamiento.

Encontrándose que para el grupo de mujeres emprendedoras los factores de orden personal y familiar en el nivel de resultados de sus unidades de emprendimiento no tuvieron diferencias significativas entre los de bajo y alto resultados.

**Palabras claves:** Emprendimiento, microempresarias, factores personales, factores familiares.

## **Abstract**

The research was oriented to the analysis of personal and family factors in the level of results of the entrepreneurship units of women microentrepreneurs in the city of Sincelejo, Sucre. Using the Comparative Descriptive Methodology, with a sample of 120 women who obtained high and low results from their productive units. Six (6) instruments were mainly applied to collect the information: Sociodemographic data survey, the General Self-Efficacy Scale based on the approaches of Bandura (1977), in the Spanish version of Bábler, Schwarzer and Jerusalem (1996); economic socialization interviews, using the guide adapted by Marianela Denegri (Amar, et al., 2005); the TAE-A Economic Literacy Level Assessment Scale, to assess the level of understanding of concepts and practices necessary for efficient economic performance; the Consumer Behaviour Scale and the Attitudes towards Debt Scale.

It was found that for the group of women entrepreneurs the factors of personal and family order in the level of results of their units of entrepreneurship did not have significant differences between those of low and high results.

**Keywords:** Entrepreneurship, micro-entrepreneurs, personal factors, family factors.

## Tabla de contenido

Introducción .....	12
1. Justificación .....	15
2. Marco Teórico .....	22
2.1 El emprendimiento .....	23
2.2 El emprendimiento empresarial .....	27
2.3 El emprendimiento femenino en Colombia y su relación con el desarrollo social 30	
2.4 Factores críticos que condicionan a las mujeres emprendedoras .....	33
2.4.1 Factores personales: Alfabetización económica. ....	34
2.4.2 Factores Personales: La autoeficacia. ....	40
2.4.3 Factores familiares asociados a los emprendimientos: Socialización económica. 43	
3. Estado del arte .....	46
4. Problema de Investigación.....	51
5. Objetivos.....	56
5.1 Objetivo General .....	56
5.2 Objetivos Específicos .....	56
6. Metodología.....	57
6.1 Tipo y diseño .....	57

6.2	Población y muestra .....	57
6.2.1	Población.....	57
6.2.2	Muestra.....	59
6.3	Técnica e Instrumentos de Recolección de la Información.....	78
6.4	Procedimiento.....	82
7.	Resultados y análisis.....	84
7.1	Alfabetización Económica de mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre, con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.....	84
7.1.1	La economía fundamental.....	85
7.1.2	Microeconomía. ....	86
7.1.3	Macroeconomía. ....	88
7.1.4	Economía internacional. ....	90
7.2.	Conductas de Consumo .....	91
7.2.1	Hábitos Reflexivos.....	92
7.2.2	Hábitos Impulsivos. ....	93
7.3.1	Estilo Hedonista.....	95
7.3.2	Estilo Austero. ....	97
7.4	Nivel de Autoeficacia de mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre, con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.....	98
7.4.1.	Autoeficacia - Estado civil, Nivel Educativo y Situación Económica.....	101



7.4.2 Autoeficacia y rangos de edad de los grupos.....	102
7.4.3 Nivel de Autoeficacia y Tipo de Familia.....	103
7.4.4 Nivel de Autoeficacia y Número de Hijos.....	103
7.5 Factores Familiares: Socialización Económica .....	104
8. Conclusiones y recomendaciones .....	106
8.1 Conclusión.....	106
8.2 Recomendación .....	110
9. Referencias bibliográficas .....	111
10. Anexos .....	126

## Lista de Figuras

Figura 1. Edad (Rangos) .....	60
Figura 2. Estado Civil .....	63
Figura 3. Nivel Máximo de Escolaridad .....	66
Figura 4. Tipo de Familia.....	69
Figura 5. Estrato de la Vivienda .....	71
Figura 6. Número de personas con que vive .....	71
Figura 7. Ingreso mensual aproximado del grupo familiar .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 8. ¿Recibe alguna ayuda económica por parte de otras personas?	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 9. Cantidad aproximada de la ayuda mensual que recibe..	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 10. Número de personas que dependen económicamente de usted	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 11. Economía General .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 12. Microeconomía.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 13. Macroeconomía .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 14. Economía internacional .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 15. Socialización Económica.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 16. Autoeficacia general en mujeres con altos resultados de sus unidades productivas .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 17. Autoeficacia General en mujeres con Bajos Resultados de sus unidades productivas. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>



### **Lista de tablas**

Tabla 1. Nivel de autoeficacia en emprendedoras con altos y bajos resultados .....	99
Tabla 2. Nivel de autoeficacia en relación con el estado civil, nivel educativo y situación económica .....	101
Tabla 3. Nivel de Autoeficacia y rangos de edad de los grupos .....	102
Tabla 4. Nivel de Autoeficacia y Tipo de Familia.....	103
Tabla 5. Nivel de Autoeficacia y Número de Hijos.....	103

## **Introducción**

Es importante que la dinámica económica no desvincule el carácter social de las personas que realizan su labor en el mercado de la producción, su naturaleza cultural, étnica, religiosa y, entre otras cosas, la condición del género. Por eso se hace necesario, dentro todos estos conceptos, considerar la igualdad de género como un punto importante para contribuir a generar beneficios sociales y económicos, mediante el aumento de la competitividad y productividad de los países (Banco Mundial, 2012).

El Banco Mundial (2014), considera que ninguna sociedad, podría llegar a su máxima capacidad o enfrentar los retos del presente siglo sino existe una participación completa de la población, desde el más adulto hasta el más joven. Si no se desarrolla el potencial productivo de las mujeres, se perdería un importante elemento que contribuye significativamente al desarrollo y por ende traería consecuencias en los ámbitos personales, familiares y económicos.

A partir de esto, los gobiernos nacionales y las entidades de carácter público y social, incluyendo ONG's y organizaciones sociales, se han centrado en promover e implementar estrategias que permitan a personas en situación de vulnerabilidad, en el presente caso a las mujeres, superar dicha condición a partir de la realización de actividades sociales y empresariales, con la finalidad de superar también su condición de pobreza y generar en ellas una cultura empresarial; esto se traduce en un aumento significativo en el empoderamiento femenino y el crecimiento en las unidades productivas lideradas por mujeres, lo que llamamos emprendimiento femenino (Heller, 2010).

El Emprendimiento es un tema que ha adquirido amplia relevancia a nivel mundial durante los últimos años, tanto así que se promueve la cultura emprendedora como un medio de

preparación y proposición de soluciones nuevas, innovadoras, eficientes y eficaces, que permitan ya sea satisfacer necesidades de una población en específico o bien contribuir al desarrollo de una problemática social que afecte a la comunidad en general.

La palabra Emprendimiento procede del francés “Entrepreneur” que significa pionero; refiriéndose a la facultad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para lograr un objetivo; también hace referencia a la persona que crea una empresa o inicia un proyecto (Olvera, 2015). De igual forma este concepto se atribuyó a las personas innovadoras o que adicionaron un valor agregado a algo ya existente, por tanto el término emprendimiento hace referencia a las actitudes y aptitudes que posee un individuo para afrontar nuevos retos, nuevos proyectos, mucho más allá de lo que ve o posee. Un emprendedor siempre ve oportunidades en los problemas o situaciones de insatisfacción que se le presenten (Olvera, 2015).

Desde el punto de vista femenino, el tema del emprendimiento ha sido abordado por la literatura, en cuanto a la igualdad de género, basándose principalmente en el acceso a financiación y créditos para la creación o fortalecimiento empresarial, sin embargo, ha sido poco el abordaje en relación al tema social y los factores que influyen en la motivación y el impacto de la actividad empresarial de la mujer, especialmente en los países en desarrollo (Espino, 2015).

En las últimas décadas, el rol que la mujer desempeña dentro de la sociedad, desde el punto de vista social y económico, ha adquirido gran relevancia; así mismo, en términos generales, el acceso de las mujeres al mercado laboral ha venido en constante aumento; sin embargo, puede evidenciarse que aún persiste una desigualdad de género en el ámbito profesional en un mercado dominado en su gran mayoría por los hombres, tal como lo afirman Lambing & Kuehl (1998). Esto puede evidenciarse en un informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2009), donde se evidencia que aproximadamente el 50% de las

corporaciones o entes empresariales no cuentan con mujeres dentro del equipo encargado de la toma de decisiones en su organización.

En este sentido, el abordaje de esferas en donde la mujer pueda ganar terreno en su empoderamiento son necesario para reconfigurar su rol en la sociedad. En el marco del presente estudio donde se abordan los factores de orden personal y familiar, adquieren gran relevancia para el emprendimiento exitoso de mujeres microempresarias, específicamente en la ciudad de Sincelejo.

Por lo anterior, por medio de la investigación se busca analizar los factores de orden personal y familiar en las unidades de emprendimiento de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, realizando en primera instancia una descripción de las principales características socioeconómicas de estas mujeres, seguidamente se realizan las comparaciones de los factores de orden personal propios de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo en cuanto a la alfabetización económica, conductas de consumo, actitudes hacia el endeudamiento y la identificación del nivel de autoeficacia de acuerdo al nivel de resultados en sus unidades de emprendimiento, para finalizar se aborda dentro de los factores familiares la socialización económica de acuerdo al nivel de resultados en sus unidades de emprendimiento. Adicionalmente, se presentan unas conclusiones y recomendaciones de política que, desde el punto de vista del autor, se consideran pertinentes para fortalecer este tipo de estrategias no solo a nivel local, sino también a nivel departamental.

## 1. Justificación

El enfoque de género es un tema que ha adquirido gran relevancia a nivel mundial en las últimas décadas; el constante avance en la participación y desempeño de mujeres en la sociedad ha motivado el amplio despliegue investigativo con relación al tema, (Guerrero, Gómez & Armenteros, 2014).

Adicionalmente, según Marulanda, Montoya & Vélez (2014) cada vez es más creciente el interés de las principales entidades gubernamentales y no gubernamentales e instituciones internacionales por implementar políticas y estrategias que propendan por la inclusión femenina y la igualdad de género en todos los aspectos, entre estas instituciones se pueden destacar el PNUD, UNICEF, ONU MUJER; en el ámbito nacional la Corporación Mundial de la Mujer, la Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer y locales como por ejemplo la Alcaldía Municipal de Sincelejo, El SENA, El Si Emprende, entre otros.

Lo anterior, en aras de contribuir al desarrollo humano y social, tal como se ve reflejado en términos del GEM “El espíritu emprendedor de las mujeres es sumamente importante para el desarrollo social y la prosperidad, pues las emprendedoras contribuyen considerablemente al crecimiento económico y la reducción de pobreza en el mundo entero” (GEM, 2015).

Según Faúndez (2007) citado en Mendoza (2017), en su estudio *¿Qué entendemos por enfoque de género?*, de la mano con la consultora latinoamericana Equidad y Género la cual está conformada por un equipo de especialistas latinoamericanos altamente especializado en los temas del desarrollo, el enfoque de derechos y de igualdad de género, la interculturalidad, la participación y la movilidad humana, refieren que el género hace referencia a los procesos económicos, sociales y culturales que definen y determinan las diferencias de oportunidades y condiciones de



vida de mujeres y hombres. A partir de esto, investigadores y autores han conceptualizado la categoría género como “el sexo socialmente construido y éste comienza a entenderse como parte de un complejo sistema de relaciones que se denomina sistema sexo-género”. (Stoller. 1978; Money. 1982; Badinter. 1986; Bourdieu. 1990) citado en Faúndez (2007, p. 5)

A partir del contexto anterior, y en aras de evidenciar las diferencias de género presentes en la región se tiene que, según proyecciones del Departamento Nacional de Planeación (2018), la población femenina en el departamento de Sucre asciende, para el 2017 a un 49,33% del total de la población que es de 877.057 habitantes, convirtiéndose en un capital humano valioso para el desarrollo de la región. Es preciso acotar que para este mismo año, el porcentaje de esta población en edad de trabajar es del 49.48% mientras que el porcentaje para los hombres es del 50.51%.

Por otra parte, la tasa global de participación para el departamento alcanzó 46,8 % en relación a las mujeres y 72,5% para los hombres. Esta diferencia de 25.5% es la brecha principal en lo que se refiere al mercado laboral, debido a que representa la diferencia entre la población en edad de trabajar y la población que está participando (Fuente de Información Laboral de Colombia, 2018). Estas cifras nos muestran la inequidad en el mercado laboral, lo cual en gran medida favorece en mayor porcentaje a los hombres en lugar de las mujeres.

A partir de esto y teniendo en cuenta el reconocimiento social, político, económico y cultural que ha adquirido la mujer dentro de la sociedad en los últimos años (Guerrero, Gómez & Armenteros, 2014), y adicionalmente la situación de vulnerabilidad en la que se encuentran muchas de ellas (ya sea por causas de violencia, madre soltera o cabeza de hogar), se ha establecido una serie de políticas como la política pública nacional de equidad de género para las Mujeres, el plan integral para garantizar una vida libre de violencias y la política nacional de emprendimiento, así como estrategias y planes enfocados en el apoyo hacia la mujer que son enunciados en los

siguientes párrafos, enfocados a promover el desarrollo humano, social y económico, fortaleciendo sus capacidades personales, técnicas y productivas a fin de que puedan superar su condición de vulnerabilidad y ganar mayor participación dentro de su comunidad y/o entorno.

Entre estas políticas se encuentra la política nacional de fomento al emprendimiento, operacionalizada mediante las estrategias que desarrolla cada región, hace que el emprendimiento se constituya en una estrategia eficiente al momento de otorgar a las mujeres el empoderamiento que les permita superar las diversas condiciones adversas que se le presentan. Adicionalmente, Duarte & Ruiz (2009) afirman,

En cuanto a las políticas y programas orientados hacia la equidad de género, específicamente la mujer, el gobierno nacional define la Política Pública Nacional de Equidad de Género para las mujeres y el Plan Integral para garantizar una vida libre de violencias, y además, la Política Nacional de Emprendimiento regida por la ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura de emprendimiento que para efectos de este estudio es eje central para el reconocimiento de acciones a nivel estatal, (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018), esta última política persigue los siguientes objetivos:

- a. Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial.
- b. Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.
- c. Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.
- d. Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.

- e. Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación.

Articulado a ello, y en el contexto del departamento de Sucre se operacionaliza.

En cuanto a Sucre, se maneja el programa, Mujeres Protagonistas del progreso Sucreño, el cual:

Incorpora un abordaje multidimensional en el que se resalta el rol estratégico a nivel familiar, social, económico, laboral, cultural, caracterizado por el espíritu de emprendimiento y liderazgo de las mujeres en la construcción del progreso sucreño. El programa a, su vez, se orienta a la protección integral de los derechos fundamentales, la integridad y la igualdad de género. (Gobernación de Sucre, 2016; p. 116)

Para el caso de Sincelejo, se encuentra el Programa Mujer, familia e igualdad de género, cuyo objetivo es:

Fortalecer el tratamiento inclusivo y equitativo sobre lo conveniente, adecuado y posible en relación a sus comportamientos, actitudes, papeles, actividades, e interacción en los diferentes ámbitos sociales, familiar, en el gobierno y en las actividades económicas para que participen y gocen en igualdad de condiciones en cada uno de esos ámbitos.

Mediante este programa se ha brindado capacitación a las mujeres residentes en la ciudad de Sincelejo, que actualmente cuenta un total de mil mujeres capacitadas y cuyo objetivo es llegar a los cuatro mil, en el período 2016-2019; adicionalmente durante el mismo periodo se busca elaborar y formular la política pública local de mujer y equidad de género y, al mismo tiempo, la creación de la oficina de la mujer y género (Alcaldía de Sincelejo, 2016; p. 291-292).

Otro programa que se desarrolla en el municipio es "Mi Negocio" bajo la dirección del Departamento para la Prosperidad Social, en donde se beneficiaron 900 personas de las cuales el 80% son mujeres, dicha población fue capacitada por el DPS durante varios meses en diferentes

áreas, posteriormente se les entregó un capital semilla en artículos, teniendo en cuenta la actividad comercial en lo que cada una se especializó. (Alcaldía de Sincelejo, 2018)

Finalmente, también se desarrolla la estrategia en apoyo al emprendimiento liderada por el Si Emprende, la cual surge de una alianza pública privada, favoreciendo a personas en condiciendo de vulnerabilidad en su disposición de crear empresa, según la entidad hasta el momento cuentan con 185 mujeres que han sido favorecidas en sus ideas de negocio, llegando hasta la consolidación de los mismos, sin embargo de estas no hay una cifra estipulada de cuantas han sido exitosas o han tenido fracaso en sus unidades productivas.

Sin embargo, a pesar de la intención de aplicar la normatividad en cuanto al apoyo de la mujer en el municipio, no se cuenta con información del impacto de estos programa o estrategias, desconociendo así las implicaciones a nivel personal y social y las medidas de acompañamiento o de implementación para intervenir en las áreas que no están funcionando.

Es por ello, que el presente estudio en cuanto a su aporte científico denota una gran importancia debido a la contribución en el abordaje de conocimientos que claramente muestran un vacío investigativo en el departamento de Sucre y en especial la ciudad de Sincelejo. Actualmente, los referentes en el tema de factores críticos personales en relación con el emprendimiento en el departamento de Sucre son prácticamente nulos, y esto ha motivado que no exista un seguimiento adecuado a las estrategias de emprendimiento implementadas en la ciudad de Sincelejo, así como tampoco que permita identificar aspectos fundamentales en los emprendedores que permitan tener claridad sobre la forma como están emprendiendo, sus motivaciones reales y las acciones que determinarán el éxito o fracaso de su emprendimiento.

En esta perspectiva el presente trabajo se hace relevante, porque determina los factores de orden personal y familiar de las mujeres microempresarias en ciudades de la costa caribe colombiana, en este caso de Sincelejo.

En este sentido, el presente estudio beneficia principal y directamente a las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, más específicamente 185 mujeres y sus unidades productivas que hacen parte de la estrategia del Si Emprende como actores principales del proceso, permitiéndoles conocer sus potencialidades y características como emprendedoras para contribuir a mejorar su calidad de vida, la de su familia y generar desarrollo social para la región.

El reconocimiento y respeto por el espacio y la representación de la mujer en la sociedad cada vez es más amplio y representativo. Las políticas enfocadas en la igualdad de género, específicamente las orientadas a la población femenina, son cada vez más comunes e importantes y, aunque son muchos los desequilibrios que aún se perciben entre hombres y mujeres, los aportes en materia de equidad, inclusión y reconocimiento que se han logrado son realmente significativos.

En Sincelejo para el año 2015, según proyecciones realizadas por el DANE, la población de mujeres ascendía al 51,8%, ubicándose 3,6 puntos porcentuales por encima de la población masculina. Así mismo, según datos entregados por el Sena Regional Sucre da cuenta que en el Centro de Desarrollo Empresarial de la Región las mujeres sucreñas cuentan con una participación del 40% en temas de emprendimiento, de las cuales el 20% de estas mujeres se encuentran en situación de vulnerabilidad a causa de la violencia.

De acuerdo con lo expresado por (Brooks, 2015), *“los emprendedores exitosos han demostrado habilidades de planeación, herramientas asertivas de comunicación, manejo de relaciones interpersonales, conocimientos de gestión, capacidad de resolver problemas y liderazgo”*. En este sentido, es apropiado entonces conocer el contexto en que, para el caso de las

mujeres emprendedoras de Sincelejo, se desarrolla su unidad productiva y, sobre todo, las condiciones socioeconómicas propias de ella.

Por consiguiente, en este apartado se describen las principales características socioeconómicas de mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre, tomando como referencia los datos obtenidos a través de la encuesta de datos socioeconómicos.

Conocer las características que describen a las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre permite abordar de manera más precisa y real las condiciones propias de dicha población. Caracterizando la población de acuerdo a su edad, estado civil y nivel educativo, con el objetivo de relacionar dicha información con el estudio en curso.

De igual forma, serán beneficiadas las entidades como Si Emprende y el SENA, dedicadas a fomentar la creación y desarrollo de emprendimientos, ya que, de acuerdo a los resultados obtenidos se podrá partir como insumo para generaran acciones de intervención con base a construcciones teóricas específicas de esta población en el municipio, en virtud de que los programas existentes para el apoyo a esta población sean fortalecidos y por lo tanto se lleven a cabo atendiendo a dichas características de las mujeres de la región, así mismo, para el Si Emprende le permitirá realizar un seguimiento y evaluación más eficientes a dichos procesos, así como también fortalecer, en esas mujeres, aquellos aspectos que pueden no ser tan fuertes y que pueden, más adelante, convertirse en un motivo de fracaso en su unidad productiva.

Finalmente, el estudio beneficiará a las entidades de carácter público como Alcaldía de Sincelejo y Gobernación de Sucre, las cuales contarán con información más profunda y real, lo cual facilita la formulación, redefinición y definición de políticas públicas más efectivas de impactos locales, regionales y nacionales entorno a favorecer la inclusión y la equidad de género para este sector.

## **2. Marco Teórico**

La investigación está enmarcada bajo dos perspectivas teóricas las cuales pretenden ser la guía para determinar las relaciones de componentes que permitirán definir si influyen en los emprendimientos exitosos o no exitosos de mujeres microempresarias.

En una primera instancia la teoría de Entrepreneurship orientada hacia los factores que determina el éxito emprendedor lo que permitirá la consolidación de los emprendimientos. Es importante desde esta perspectiva abordar el comportamiento emprendedor lo que permita establecer las características y fortalezas actitudinales en el camino para el logro de un emprendedor exitoso (McClelland, 1961; Gibb, 1982; Steiner Miner & Gray, 1986; citado en Rabago, D' Annunzio & Monserrat, 2004).

En este sentido, McClelland (1961) plantea que la necesidad de logro le permite a una persona convertirse en un emprendedor, haciendo referencia además que este aspecto es en gran medida responsable del crecimiento económico. A su vez, el contexto social y cultural, así como la crianza son factores de importancia para este crecimiento. Finalmente, el autor desde su aporte atribuye que este elemento de la personalidad es indispensable para que una persona se convierta en un emprendedor que alcance el éxito (McClelland, 1965).

En segunda instancia, la teoría propuesta por Bandura (1977), es decir la autoeficacia, como elemento importante en el emprendimiento, es concebida como la valoración que tiene la persona de sí misma acerca de sus capacidades para afrontar determinadas situaciones. Además, este factor depende de las circunstancias o situaciones del entorno, la información procesada y transformada por el individuo.

Asimismo, Bandura (1982) afirma que las personas tienden a inmiscuirse en las situaciones con mayor confianza cuando creen que poseen las habilidades para enfrentarlas de manera satisfactoria, entonces, los individuos que poseen una alta autoeficacia pondrán toda su atención en las situaciones y sus exigencias, procurando con mucho más esfuerzo superar las dificultades.

Sumado a ello, Bandura (1986) en el ámbito del emprendimiento, refiere que cuando las personas reconocen y creen que tienen las habilidades necesarias para emprender pueden desempeñar mejor su rol como emprendedores. Teniendo en cuenta, que este reconocimiento es la convicción cognoscitiva de la persona en la habilidad para llevar acabo de manera exitosa sus tareas. Entonces, la autoeficacia es un elemento importante de la capacidad empresarial (Rabago, D' Annunzio & Monserrat, 2004).

En esta investigación, se presentará dos apartados: El primero, desarrollará el contexto de necesidad y oportunidad que permite al emprendimiento ser instrumento de generación de ingreso y desarrollo individual y social para el país. El segundo, el desarrollo conceptual y empírico para cada uno de los factores o variables abordadas en la investigación.

## **2.1 El emprendimiento**

Se han venido presentando cambios progresivos en cuanto a las dinámicas económicas de ocupación y generación de ingresos. Décadas atrás se consideraba como ideal en los proyectos de vida de las personas poseer un empleo estable y formal, sin embargo, el aumento de la población y la escasa generación de nuevos empleos por parte de las empresas y la sustitución de la mano de obra por la industrialización al interior de las mismas, ha provocado que surjan nuevas formas de generación de ingresos por parte de la población, lo que permite de una u otra forma suplir el déficit de ocupación formal en Colombia (CEPAL, 2012).



Sumado a lo anterior, se puede evidenciar que la situación es compleja teniendo en cuenta los reportes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2018), quien manifiesta que para el mes de junio de este mismo año las personas en situación de desempleo representaban el 9,1% de la población; por lo cual, una alternativa para hacer frente a la misma, es la creación de empresa.

Atendiendo a lo anterior, en el marco de la creación de empresa en Colombia, de acuerdo a la Ley 905 de 2004 en su artículo 2°, se entiende por esta:

A toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbano, que responda a las dos condiciones de cada uno de los tipos de empresa: planta de personal y activos totales (Ley 905, 2004).

Aunado a esto se especifica, que de acuerdo a su tamaño, las empresas pueden clasificarse en grandes, medianas, pequeñas y microempresas. Para el caso de estas últimas, la planta no puede ser superior a 10 trabajadores y los activos no pueden superar los 500 SMMLV (Ley 905, 2004).

Según el DANE (2018), ha aumentado en los últimos años el registro de nuevas microempresas, atendiendo esto además a que es compleja la situación para aquellas personas que pretenden conseguir un empleo formal, sumado a ello, Arboleda (2011) afirma “Los altos niveles de desempleo y la baja calidad de los empleos existentes han creado en las personas la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, de pasar de empleados a ser empleadores” (p. 199). La microempresa entonces surge como iniciativa emprendedora permitiendo ser una respuesta a la crisis económica, contribuyendo al desarrollo social y económico del país.

Desde esta perspectiva, el emprendimiento se ha convertido en una alternativa empleada por entidades públicas y privadas con el objetivo de impulsar la economía de un país. La ley 1014 de 2011 fomento a la cultura del emprendimiento, lo define como:

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Ley 1014, 2006, p. 1).

La actividad emprendedora como lo define la ley, la realiza una persona denominada emprendedora o emprenderá, la cual busca y aprovecha oportunidades para crear empresa, hacer negocios o iniciar algún proyecto.

Según Moncayo (2008), los inicios de la denominación del emprendedor se da a principio del siglo XVI utilizado inicialmente en militares, cuyo término es de origen francés: *entrepreneur*. Vallmitjana (2014) refiere que el emprendimiento es un campo de estudio relativamente nuevo, sin embargo ha despertado el interés de la academia y varias ciencias que lo han convertido en objeto de estudio (p. 18).

Se tiene entonces que, Cantillon (1975) citado en Vallmitjana (2014) es uno de los pioneros en el tema de emprendimiento, el autor aborda el termino por primera vez y a su vez define el “*entrepreneur*” como “el agente que compra medios de producción a ciertos precios para poder combinarlos en un producto que va a vender a precios que son inciertos en ese momento”.

Por el contrario, para Schumpeter (1942) citado en Díaz-Sanabria (2013) el emprendedor está posicionado en un lugar “destacado del pensamiento económico, como quien concibe la idea de negocio y no necesariamente quien aporta el capital, ni inventa el nuevo producto” y no es aquella persona que invierte capital. Entonces, el punto clave radica en la innovación y si no, sería

hacer las cosas de manera diferente, por último, para Drucker (1985) el emprendimiento es comprendido como gestión (Díaz-Sanabria, 2013).

En este orden de ideas, atendiendo al campo de estudio del emprendimiento por parte de varias disciplinas y sus investigaciones, han logrado articular varias líneas de pensamiento y la estructuración teórica con relación al tema. Según Díaz (2002) y Veciana (1999) citado en Ubierna (2014), Existen tres perspectivas que sistematizan la construcción teórica que han venido desarrollando sobre el emprendimiento, las cuales son la psicológica, la económica y la sociocultural (p. 30)

Desde el enfoque psicológico, el emprendimiento lo asocian a las características personales e individuales que motivan a las personas para llevar a cabo un propósito. Dentro de estas se encuentran: “los rasgos de personalidad, la necesidad del logro o autorrealización, el control interno o autoconfianza, el espíritu de riesgo o propensión de asumir riesgos, la necesidad de poder e independencia, el compromiso, y el estado de alerta para identificar oportunidades” (Zambrano-Carbonell, 2016, p.12).

En cuanto al enfoque económico, el emprendimiento es explicado desde la creación de empresas, donde se dividen a los empresarios en 4 tipos, el empresario organizador, El empresario de riesgo, el empresario innovador, y por último, el emprendedor, quien es definido como “el cuarto factor de producción con capacidades para gerenciar en la agricultura, la industria y el comercio”, esto le permite tener una ventaja en el mercado dada su buena capacidad gerencial (Zambrano-Carbonell, 2016, p.12).

Respecto al enfoque sociocultural, hace alusión a cómo las particularidades del entorno son importantes a la hora de constituir una empresa analizando los factores sociales, políticos, familiares, y la influencia del apoyo institucional. (Vallmitjana-Palau, 2014, p.40)

A partir del bagaje literario acerca del tema en cuestión, y para efectos de este estudio, se retomará un concepto que recoge aportes considerados como trascendentales para definir a una persona emprendedora, la cual sería:

Aquella persona con capacidad de generar y crear ideas de negocios, asumiendo riesgos y enfrentando problemas, con destreza de observar y descubrir oportunidades de negocio, que le garanticen el desarrollo de su proyecto, apoyado siempre en la innovación y en la generación de cambio. Caracterizado por su liderazgo, capacidad de comunicación, y trabajo en equipo (Díaz-Sanabria, 2013, p 26).

## **2.2 El emprendimiento empresarial**

Acerca del emprendimiento existen diversas clasificaciones de acuerdo a la literatura, sin embargo existe una clasificación general que se reduce a 4 tipos de emprendimiento: la *cultura emprendedora o cultura de emprendimiento* que se refiere al “proceso educativo y a la actitud ciudadana para solucionar problemas del entorno o mejorar la calidad de vida de un grupo de personas (Campoy, 2010). Se convierte en la base de los demás modos de emprendimiento.

En segundo lugar se encuentra *el emprendimiento Individual* que, en síntesis, se refiere a la actitud de personas innovadoras y creativas, entusiastas y con alto nivel de realización y proactividad en cualquier medio y circunstancia (Duarte, 2013).

En tercer lugar se encuentra *el emprendimiento social*, el cual según Muñiz -Ferrer, (2015) se ha convertido en nuevo concepto de emprendimiento.

El objetivo es dar solución a un problema social en sectores de la economía donde el mercado y la acción del Estado son ineficaces. Así, la motivación del emprendedor social es la de resolver, sin ánimo de lucro, los desequilibrios que afectan al bienestar común y a la sostenibilidad humana (p. 7).

Por último, se encuentra *el emprendimiento empresarial*, en el cual se hará énfasis para efectos del desarrollo de la actual investigación. Este tipo de emprendimiento, también conocido como *empresarismo* “hace referencia a la capacidad de generar empresa o a la capacidad de una organización para crecer y desarrollarse, manteniendo pautas de responsabilidad social y ética empresarial” (Acebedo & Velasco, 2017, p.107).

Como se ha mencionado anteriormente, quien desarrolla esta actividad recibe el nombre de “emprendedor” que bajo el enfoque empresarial se le relaciona con el pronombre francés “*entrepreneur*” y con el pronombre inglés “*entrepreneurship*”.

Simultáneamente dentro del emprendimiento empresarial, se presentan tres enfoques sobre la empresarialidad (*Entrepreneurship*) o sobre la creación de empresas: Desde *la ciencias humanas o enfoque social*, desde *una tendencia economicista*, y desde *las ciencias de la gestión y la organización* (Fayole y Bruyat, 2002).

Según Fayole & Bruyat, (2002), *el enfoque social* se orienta a los aspectos personales, en las características de la personalidad del emprendedor. Además dentro de las diversas tendencias de este enfoque el empresario se caracteriza por necesidad de logros; el predominio del deseo de ser independiente, capacidad de tolerar la ambigüedad, entre otros aspectos que resultan relevantes (Villamil, 2016).

Sin embargo, dentro del mismo enfoque se encuentran tendencias que argumentan que el empresario se caracteriza por la necesidad de alcanzar logros (McClelland, 1961); el predominio del deseo de ser independiente, capacidad de tolerar la ambigüedad y el riesgo, la perseverancia, la autoconfianza, la actividad empresarial asociada a la propiedad del negocio y a la toma de riesgos (McClelland, 1980) y la capacidad de sobreponerse a los fracasos y frustraciones para lograr objetivos quebrantando viejos patrones y creando un nuevo orden ante un entorno con

“destrucción creativa” (Schumpeter, 1934). Dentro de este enfoque especialmente, siempre se ha discutido sobre si el emprendedor nace o se hace.

Por otro lado, el segundo enfoque tiene que ver con *la tendencia de los economistas*, los cuales señalan que se han aproximado al tema desde una visión funcional, centrado en el rol del emprendedor. De esta manera Porras, (2006) desprende de este enfoque, tres tipos de argumentos: *los desequilibrios del mercado, los impulsos del Emprendedor y la Institucional*.

Con respecto al primer argumento se encuentran dos grandes corrientes clásicas que enmarcan el desarrollo de dicha teoría: la escuela de Schumpeter y la escuela austriaca.

Por un lado la escuela de Schumpeter concibe al emprendedor como una persona promotora de cambio, el cual genera nuevas oportunidades, innovador y promueve el desarrollo (Villamil, 2014).

Según Menger, (1981) citado en Villamil (2014), la escuela austriaca se basa en la generación de equilibrio; por lo tanto, los emprendedores generan el cambio dentro de una situación existente.

Por otro lado, desde la perspectiva economicista según (Amit y Mueller 1993 citado en Villamil, 2014), el emprendedor es aquel que le atrae la idea de emprender, aprovecha las oportunidades que se presentan, pero además son aquellos que ante la ausencia de oportunidades laborales o recursos se ven obligados a emprender (p. 42).

Por último el tercer enfoque sobre el emprendimiento empresarial el cual centra su mirada en el proceso de creación empresarial, teniendo en cuenta los elementos que convergen en el escenario como por ejemplo la inclinación por la carrera empresarial, la identificación de oportunidades, los recursos, entre otros (Villamil 2014).

### **2.3 El emprendimiento femenino en Colombia y su relación con el desarrollo social**

El emprendimiento femenino, es uno de los principales retos que se confronta en países en desarrollo y en el crecimiento socioeconómico. Los gobiernos y organizaciones económicas Internacionales, OECD, el Banco Mundial, como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), han abordado políticas y programas orientados a favorecer las iniciativas dirigidas por mujeres en los negocios.

Un punto importante en cuanto al emprendimiento femenino es identificar las diferentes razones por las cuales las mujeres y hombres recurren al emprendimiento.

Algunas investigaciones afirman que existen diferencias por género, dado que la mujer tiene como objetivo paralelo al económico el ayudar a otros; además, existe una tendencia a incorporar aspectos sociales (Nel, Maritz & Thongprovati, 2010). La mujer emprendedora no solo busca ganancias económicas si no un mejor ambiente para su familia y su comunidad (Harris, Morrison, Ho & Lewis, 2008). Una de las razones por las cuales una mujer emprende es el conflicto del balance entre lo personal y lo económico-profesional (Gholipour, Bod y Pirannejd, 2010); En ese sentido los autores reconocen, que al entrar la mujer al campo laboral se han duplicado sus tareas y esto podría causar una crisis en la sociedad, ya que, en muchos países, la mujer representa un pilar indispensable en el núcleo familiar.

Según Cromie (1987), mientras que los hombres buscan en el emprendimiento autonomía, progreso, deseo de satisfacción en el trabajo y deseo de ganar dinero, las mujeres eligen emprender por insatisfacción de su carrera y están menos interesadas en las ganancias económicas que les genere la actividad empresarial y al mismo tiempo ven el espíritu empresarial como un medio para satisfacer simultáneamente las necesidades de su carrera profesional y sus necesidades personales.

De esta manera que ambos contribuyen al desarrollo empresarial y socioeconómico de las naciones.

En la historia colombiana, la mujer ha tenido un papel muy importante en la construcción de la nación y de la sociedad, desde luego la sociedad colombiana (como la de todo el mundo) ha sido de carácter machista; sin embargo, estas tendencias han ido desapareciendo. (Martínez, s.f)

En el ámbito empresarial colombiano los estudios coinciden en señalar que las empresarias poseen algunas cualidades asociadas a su condición de mujeres que ayudan a consolidar los negocios (Segura & Pintor, 2010).

Sumado a ello, Pérez & Niño, (2017) refiere que:

El emprendimiento tiene potencial no solo para mejorar la vida de las mujeres y sus negocios, sino también para contribuir a una disminución de la pobreza, como generador de empleo y reactivación económica. Además, ofrece la posibilidad de incorporar un enfoque social que proporcione soluciones viables y concretas a los problemas resultantes de dicha pobreza, transformando los enfoques asistencialistas, hacia otros que involucren la innovación social y el aumento de la productividad.

En general, las cifras en materia de investigación en emprendimiento en Colombia muestran que la proporción de mujeres que emprende es de una por cada dos hombres y en algunos sectores por cada tres hombres GEM (2014); también se advierte que sus emprendimientos están más en el sector de servicios y en una proporción poco significativa en el sector tecnológico. Del mismo modo, la auto percepción de éxito y la propensión a correr riesgos es mucho más baja que la que tiene los hombres, y en general, los emprendimientos de las mujeres presentan un alto grado de vulnerabilidad que dificulta su consolidación a largo plazo. (Pérez & Niño, 2017)



Por otro lado el GEM, concluye que para el año 2016, el emprendimiento empresarial femenino en Colombia aumentó un 25% frente al año anterior. Así mismo el GEM reveló que la proporción de mujeres emprendedoras en el país aumentó 68% en el último año. En la región, dicha proporción aumentó únicamente 1%. En relación con la forma en la que los hombres utilizan sus ingresos, las mujeres de los países emergentes reinvierten 90 centavos de dólar por cada dólar adicional de ingreso en el bienestar de su familia, con lo que además impulsa el desarrollo de la comunidad y la sociedad en general. Los hombres apenas invierten en estos aspectos entre un 30 y un 40%. Por lo mismo, aumentar los ingresos de las mujeres resulta, en el agregado final, más beneficioso para la economía en general. Un hallazgo final del estudio GEM (2016) es que las mujeres empresarias tienen 5% más de probabilidad de ser innovadoras que los hombres. (Portafolio, 2017)

Por tanto, el emprendimiento ha surgido como una alternativa para dar respuesta a la superación de las condiciones de pobreza, posibilitando además la satisfacción de necesidades, generación ingresos, independencia económica, entre otros aspectos; construyendo de esta manera dinámicas productivas donde convergen diferentes actores, lo que ha permitido que a su vez se genere un interés creciente para su abordaje por parte de la academia, a nivel técnico, gubernamental y de políticas públicas. (Suárez, 2011, p. 7)

De acuerdo con Castiblanco (2013), en los emprendimientos las personas se convierten en agentes centrales para alcanzar los fines deseados.

Los emprendedores son iniciadores de cambio y sobre todo generadores de nuevas oportunidades, buscan continuamente crear riqueza. No obstante, su ámbito de acción no es solo aplicable a la empresa, el emprendedor impacta positivamente en su comunidad al integrar actores

y sectores de la comunidad y coordinar esfuerzos para generar condiciones necesarias para el desarrollo de los territorios. (p.65)

Además, se tiene en cuenta que el emprendimiento repercute de manera significativa en la vida de las personas, de las comunidades y por ende en la sociedad, generando espacios de participación, lo que abre paso para el logro de procesos de desarrollo. Por lo anterior, autores como Reynolds (1994) y Malecki (1997) citado por (Núñez, 2017) refieren la relación entre emprendimiento y desarrollo social local y regional, siendo las pequeñas iniciativas emprendedoras, el medio no solo de personas, sino de muchas políticas públicas de diversos gobiernos, la clave para hacerle frente a flagelos como la pobreza, el desempleo, la exclusión, la desigualdad, la inequidad, entre otros.

Por último, Cardona, Rada, & Palma, (2017) afirman que:

La creación de empresas se constituye como un pilar dinamizador de las economías emergentes, además, es considerado como un proceso que impulsa el desarrollo social, en la medida que contribuye al bienestar de la población. El emprendimiento, de igual modo, incentiva la transformación, la evolución y la innovación, aspectos clave que hacen que el mercado local sea más diversificado y que, las nuevas compañías puedan satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes nacionales e internacionales.

## **2.4 Factores críticos que condicionan a las mujeres emprendedoras**

Existen diversos factores que influyen en el emprendedor y en su proceso de creación de empresa, que en el caso de la mujer emprendedora se profundizan. Entre los que se destacan: La educación (alfabetización económica, conductas de consumo y actitudes hacia el endeudamiento), características personales (autoeficacia, foco de control y necesidad de logros o fijación de

objetivos), valores socioculturales (individualismo, o colectivismo, control de la incertidumbre y distancia jerárquica), y factores familiares (estructura, tipo de familia, composición familiar, nivel educativo, jefe del hogar, ingresos y socialización económica), los cuales son de alto valor de significación para la evolución exitosa de las iniciativas emprendedoras. Se desarrollará una breve descripción conceptual de algunos factores que se tendrán en cuenta en este estudio (Bandura 1977; Denegri, et al., 2005; Greve y Salaff, 2003; Rábago, D'Annunzio & Monserrat, 2004 & Schwarzer & Jerusalem, 1995).

#### **2.4.1 Factores personales: Alfabetización económica.**

Antes de que una persona pueda ejercer de forma eficiente y responsable su profesión, debe llevar a cabo un proceso formativo que lo capacita para desarrollar su rol. De igual forma sucede con el emprendedor, que para lograr tener éxito en su proceso de emprendimiento es necesario que posea conocimientos básicos de economía para que pueda gestionar sus proyectos, administrar sus recursos, y aprovechar sus habilidades y las oportunidades del entorno (Sepúlveda-Maldonado & Denegri-Coria, 2017, p. 110).

La educación en el emprendimiento es tan importante, que en Colombia ya existe una guía que promueve la cultura para el emprendimiento desde la educación primaria, esta tiene el propósito de fomentar y familiarizar, desde una edad temprana, a los estudiantes en relación al emprendimiento, para que desarrollen conocimientos, habilidades y destrezas que les permitan llevar a cabo iniciativas emprendedoras e innovadoras y que, progresivamente, contribuyan al desarrollo social y económico del país, a la disminución de las brechas sociales, y a la construcción de un país más equitativo e igualitario (Ministerio de Educación Nacional, 2011).

Cuando se hace referencia a la importancia de una formación básica en economía y administración, se está hablando de alfabetización económica.

Denegri-Coria & Palavecinos-Tapia (2003) considera necesario que un individuo, por medio de una alfabetización en este caso tradicional, sea insertado desde una edad temprana a los sistemas de signos y símbolos culturales de una sociedad letrada, siendo esta, una habilidad elemental de la que ninguna persona puede privarse si quiere relacionarse correctamente y cumplir las expectativas de su entorno. Pues bien, son dadas las complejidades de la economía cambiante y al funcionamiento del mercado, que actualmente se requiere otro tipo de conocimiento fundamental, y este puede ser generado mediante una alfabetización económica (p.78).

La alfabetización económica según Yamane (1997) citado por Sepúlveda-Maldonado & Denegri-Coria (2017) la define como el conjunto de conceptos, habilidades, destrezas y actitudes que permiten al individuo la comprensión del entorno económico cercano y global, y la toma de decisiones eficientes de acuerdo a sus recursos financieros (p. 110). Es así, que conceptos claves como “la comprensión del sistema económico, el rol del dinero y su ciclo de circulación, el funcionamiento de las instituciones financieras y el rol del Estado, y los particulares en el proceso económico y productivo” (Denegri-Coria & Palavecinos-Tapia, 2003, p.78), son necesarios que sean dominados por aquella persona que desee llevar a cabo una incitativa de creación de empresa, ya que así este individuo tiene un mayor control sobre sucesos que pueden afectarle directa o indirectamente, así como la posibilidad de tomar decisiones de forma consciente e informada, que lo conduzcan hacia el éxito de su actividad productiva, así como al mejoramiento de su calidad de vida.

En este sentido se puede decir que tanto la alfabetización económica como la socialización económica, que en este caso se refiere al “proceso de aprendizaje de las pautas de interacción con el mundo económico mediante la interiorización de conocimientos, destrezas, estrategias, patrones

de comportamiento y actitudes acerca del uso del dinero y su valor en la sociedad” (Denegri, et al., 2005, p. 88), son factores que pueden garantizar el éxito o fracaso de una unidad productiva.

Algunos investigadores han abordado esta temática, como lo hicieron Denegri y Palavecinos (2003), quienes llevaron a cabo un estudio en Chile cuyo propósito fue describir el grado de alfabetización económica en una muestra de 60 mujeres y hombres con edades entre 25 y 45 años que desarrollaban distintas actividades laborales, e identificar las diferencias en el nivel de alfabetización económica de estos.

A partir de ello, se encontró que en cuanto a la función del dinero los hombres le otorgan un valor que se relaciona con la capacidad de éste para otorgar estabilidad, tranquilidad y estatus, así mismo consideran que este es un símbolo complejo de intercambio económico. Mientras que las mujeres tienden a centrar la función del dinero en la necesidad de subsistencia y lo vinculan a la posibilidad de satisfacer necesidades básicas. Se tiene entonces que los hombres poseen mayores niveles de alfabetización económica en cuanto a la comprensión de la complejidad que tiene la función del dinero en la sociedad, y las mujeres una comprensión en relación a él como un elemento que ayuda a la sobrevivencia.

Por otra parte, en relación a la emisión monetaria se encontró que la muestra presenta conocimientos muy básicos y elementales en atención a la alfabetización económica; es preciso referir que la diferencia de género también se ve evidenciada atendiendo a este aspecto ya que el 30% de mujeres posee un grado de desconocimiento profundo del proceso de emisión monetaria y su regulación y los hombres tan solo representado en un 10%, lo que demuestra vacíos conceptuales y dificultades para explicar los mecanismos y factores que intervienen en la emisión monetaria.

Sumado a esto y, atendiendo al aspecto de variación de los precios y comprensión de la inflación, el 27% de los hombres muestra que entiende perfectamente el concepto y sus implicaciones para la economía, mientras que el porcentaje de mujeres es bastante inferior con un 7%. El 50% de las mujeres explica la inflación como una simple subida de precios.

Por otra parte, en relación a la circulación del dinero como apartado donde se identifica el grado de alfabetización económica en relación con el proceso general de circulación monetaria se entiende este como “curso que sigue el dinero dentro de la economía, así como el papel que en este proceso juegan los agentes productivos, el Estado y los impuestos” se obtuvo que, la mayoría de la muestra presenta un nivel básico de alfabetización económica, solo un 11.7% del total de entrevistados logra una comprensión completa del ciclo de circulación del dinero. En cuanto a género, las mujeres (63.3%), explican el ciclo de circulación del dinero desde una perspectiva de relaciones simples, mientras que el porcentaje es menos en hombres con un (30%).

En resumen, para dicha muestra existe una comprensión básica del carácter fiduciario del dinero y de la idea de ganancia como elemento central en la economía, a su vez la mayoría de los entrevistados, en especial las mujeres, tienen dificultad para comprender las relaciones complejas entre emisión y circulación monetaria y los procesos productivos, poseyendo un nivel básico de alfabetización económica y por lo tanto con numerosos vacíos conceptuales. Se resalta que poseen una alta alfabetización económica aquellas personas que cuentan con un alto nivel educativo y con trabajos que exigen un claro manejo del tema económico. (Denegri & Palavecinos, 2003)

Más adelante, Amar, Abello, Denegri, Llanos & Suárez (2007) mediante su investigación descriptiva realizada en la ciudad de Barranquilla con una muestra de 40 familias, de las cuales 34 son biparentales y 6 monoparentales, buscaron describir las estrategias socializadoras y de alfabetización económica en dichas familias. Los resultados muestran que los padres participantes

pertenecientes al estrato medio de la ciudad de Barranquilla, utilizaron como estrategias de socialización económica para con sus hijos el conversar acerca del uso del dinero, así como también estrategias que apuntan hacia la transmisión del ahorro y la importancia que este tiene. También se encontró que tanto los padres como los hijos del estrato socioeconómico medio poseen en su mayoría conocimientos en relación a la alfabetización económica, de acuerdo a la conceptualización y elementos que esta posee como los presenta los antecedentes teóricos de Denegri (2004).

De esta manera, aprender el correcto uso del dinero, y su valor socioeconómico, tener conocimientos económicos, tales como: qué es el IVA y la inflación, el costo de las tasas de interés de un crédito, mi capacidad de endeudamiento, qué implicaciones tiene el alza del petróleo, quién se beneficia si existe un alza en la bolsa de valores, qué sucede con las dinámicas de consumo cuando aumenta el precio de un producto y otro se mantiene, entre otros, son de gran importancia en esta sociedad global y mercantil, y más aún cuando estas características de la microeconómica y de la macroeconomía, tienen efectos al emprender una iniciativa de negocio; es aquí donde la alfabetización, marca una gran diferencia.

Sumado a lo anterior, es importante involucrar como aspectos importantes dentro del estudio las conductas y actitudes de las personas presentes en el proceso empresarial y que al igual que la alfabetización económica van de la mano, ya que en gran medida determinan el éxito o resultado de los emprendimientos, en este caso se abordarán los hábitos o conductas de consumo y la actitud frente al endeudamiento.

Los hábitos o conductas de consumo hacen referencia a las actividades físicas, mentales y emocionales llevadas a cabo por las personas en el momento en que escogen o adquieren productos y servicios para la satisfacción de necesidades y deseos. Implicaría entonces la toma de decisiones

y actitudes acerca del consumo, ahorro, elección de consumir, que comprar y el uso de los bienes (Robertson et al. 1984).

En este sentido, es planteado por Denegri et al. (1999)

La existencia de perfiles o estilos de conductas relacionadas con los hábitos de consumo: los denominados perfiles “reflexivo” e impulsivo. El primero referiría a un estilo de consumidor eficiente y eficaz, mientras que en el segundo predomina la “tendencia a conductas impulsivas de consumo”, es decir, refiere a un consumidor con mayores posibilidades de efectuar compras poco eficaces vinculadas al uso del crédito como vía de acceso a los bienes.

En cuanto a la actitud frente al endeudamiento, se denomina que esta es la posición personal de un individuo frente al uso del crédito de cara a la satisfacción de sus necesidades materiales. De lo anterior según Denegri et al. (1999) estas actitudes intervendrían en las decisiones de compras.

Por lo anterior, en este ámbito según los autores existen dos perfiles, el primero denominado “Austero” y el segundo “Hedonista”, el perfil austero se orienta hacia una conducta meticulosa frente al endeudamiento, es decir, uso tradicional del dinero en donde se tiende al ahorro y se evita el crédito. Por su parte el perfil "hedonista" se orienta por una vía antagónica a la anterior en donde el uso del crédito se convierte en el recurso frecuente para la adquisición de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades (Denegri et al. 1999).

Para comprender estos dos aspectos en lo relacionado a conductas de consumo y actitudes frente al endeudamiento, resulta importante por ejemplo citar a Herrera, Estrada y Denegri (2011) en su investigación orientada a identificar la relación entre variables económicas y el bienestar psicológico en una muestra de 100 funcionarios públicos de la ciudad de Punta Arenas, en ella



pudieron conocer que la población estudiada en un 82% alcanzan puntajes intermedios en la variable de hábitos y conductas de consumo y un 13% mostró puntajes altos, se tiene además que en las sub-escalas de esta variable los funcionarios alcanzaron alto promedio en las conductas de consumo reflexivo e intermedio en consumo impulsivo (p. 87).

En la variable de actitudes frente al endeudamiento, se encontró que 72 % los funcionarios estudiados refieren tener un alto nivel de endeudamiento, mientras que el 28% restante se sitúa en un nivel medio, en lo referente a nivel de las sub-escala en la actitud hedonista y austera, ambas se presentan en alto promedio (Herrera, Estrada y Denegri, 2011).

Sumado a lo anterior, se tiene en cuenta que en el proceso de acción empresarial de igual forma están presentes algunas características de orden personal de aquel sujeto que desea llevar a cabo una iniciativa emprendedora. Por lo que se explicará a continuación, una de las variables en este ámbito que se considera pertinente abordar.

#### **2.4.2 Factores Personales: La autoeficacia.**

La autoeficacia, es una de las variables a tratar en este estudio, pues, según investigaciones ésta hace parte de los rasgos de personalidad, aspectos fundamentales que determinan el comportamiento emprendedor de los individuos (Sánchez, 2010).

La autoeficacia ha sido desarrollada teórica y conceptualmente desde hace mucho tiempo, en la década de los 70, esta teoría fue expuesta inicialmente por Bandura, quien la definió como “la creencia en las propias capacidades para movilizar los recursos cognitivos, la motivación y los cursos de acción requeridos para afrontar las demandas de la tarea”. Este concepto hace referencia a la imagen que tiene el sujeto sobre sí mismo, sobre su capacidad para llevar a cabo sus metas y lograr sus objetivos (Bandura, 1977).

Bandura (1977) expone que, entre las creencias que poseen las personas para controlar su ambiente se encuentra la eficacia, por ello afirma que la percepción de autoeficacia hace referencia a los juicios de cada persona sobre sus capacidades. Los cuales organizará y llevará a cabo para alcanzar el rendimiento deseado (Orellana & Barriga, 2010).

Grau, Salanova & Peiró (2012), sostienen que, según los estudios en este tema, se ha venido abordando la autoeficacia desde dos perspectivas, la primera llamada específica que apunta a la creencia del nivel competencias en situaciones concretas y la general que abarca la competencia total para enfrentar nuevas tareas y situaciones difíciles (p.312).

En este sentido, se presentan los resultados de algunas investigaciones en el campo, como por ejemplo: El estudio del perfil de mujeres emprendedoras exitosas de Argentina, en relación a la trayectoria en sus emprendimientos con una muestra de 50 mujeres, realizado por Rábago, D'Annunzio & Monserrat (2004), en el cual determinaron el grado de existencia de tres características personales: Necesidad de logros, foco de control y autoeficacia. Obtuvieron que valores medios muestran que las emprendedoras exhiben un nivel alto en la percepción de autoeficacia (4,07) donde 5 es alta.

Según las conclusiones de este estudio, el espíritu emprendedor femenino surgiría como resultado de aspectos unidos a circunstancias personales que van desde la genética y la educación hasta conceptos relacionados con la autoeficacia, el foco de control y la necesidad de logro (Rábago, D'Annunzio & Monserrat, 2004).

Demostrándose, que la autoeficacia es una variable importante que ostenta una gran relevancia puesto que explica las intenciones de emprendimiento y el comportamiento empresarial (Bird, 1988; Chen, Green & Crick, 1998; De Noble, Jung & Ehrlich, 1999; Zhao et al., 2005; Sánchez, 2010; Krueger & Brazeal, 1994; McGee et al., 2009 y Roig et al. 2004, citado en Briseño,

Camarena & Saavedra, 2017). Además, se convierte en un constructo que determina la creencia de una persona en relación a sus capacidades para desarrollar una actividad de manera exitosa (McGee et al., 2009).

La importancia de la autoeficacia para el presente estudio se reafirma en las múltiples relaciones que esta puede mantener con un gran número de variables de carácter personal, que le dan relevancia sobre otros factores, como así lo muestran las siguientes investigaciones:

Espada, González., Orgilés., Carballo & Piqueras (2012) desarrollaron un estudio para analizar la consistencia interna, validez y estructura factorial de la escala de autoeficacia general, así como la correlación de esta con la depresión y el autoconcepto, trabajo que se realizó en 626 adolescentes españoles entre 14 y 18 años (pp. 359-361). De la investigación se corroboró que existen correlaciones significativas entre la autoeficacia y el autoconcepto, teniendo que, a mayor autoeficacia percibida mayor autoconcepto posee el adolescente; mientras que la correlación dada entre la autoeficacia y la depresión fue baja y no significativa, no cumpliéndose lo que se esperaba que fuera negativa y significativa. (Pp.362-367).

En este orden de ideas, autores como Neghabi et al. (2011), Zakarevičius y Župerka (2010) y Zampetakis et al. (2009b) citado en García, Déniz & Cuéllar (2015) destacan la relación entre la Inteligencia Emocional (IE) y las actitudes e intenciones emprendedoras. En este sentido, Zampetakis et al. (2009b) afirma que los individuos que poseen una alta IE, al mismo tiempo poseen una alta percepción sobre su autoeficacia, puesto que se parte del hecho de que las actitudes emprendedoras, al igual que todas las actitudes, conllevan información emocional.

Finalmente, en su estudio demuestra que algunas de las dimensiones relacionadas con la inteligencia emocional guardan una relación positiva con la autoeficacia en el emprendimiento, la

cual ha sido propuesta y estudiada en muchas investigaciones como un clave antecedente de la intención emprendedora (Lee, Wong, Foo, y Leung, 2011; Pihie y Akmaliah, 2009).

### **2.4.3 Factores familiares asociados a los emprendimientos: Socialización económica.**

La familia como estructura organizacional e institución del núcleo social, está conformada por los miembros del grupo familiar, en donde cada uno cumple una función y se relaciona mediante una estructura jerárquica entre ellos. Estas relaciones se desarrollan con una función social, educacional y fortalecen aspectos de la personalidad, como el autoconcepto y determinan los rasgos psicoafectivo (Acosta, F., 2003).

Razón por la cual, es una de las instituciones más importantes a resaltar en la vida y educación de una mujer emprendedora. Es allí donde se adquieren las bases de las distintas clases de emprendimiento, y que en conjunto con el sistema educativo, las empresas en las que trabajaron antes y los medios de comunicación son fundamentales al momento de decidir contextos que son específicamente influyentes sobre la cultura y la motivación para emprender (Kantis, 2004). Sin embargo, se ha prestado muy poca atención a como ésta institución afecta la dinámica de los procesos empresariales fundamentales (Greve y Salaff, 2003).

Brush (1992), dice: es evidente que el estudio de los determinantes del éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras femeninas no estaría completo si no incluyéramos elementos que reflejan de algún modo el hecho de que las mujeres viven el contexto de sus empresas y sus relaciones personales y familiares como un todo inseparable (citado en Justo, 2008).

Con base en esto, “Family Embeddedness Perspective” es un enfoque que considera los vínculos familiares como un marco de referencia necesario para el adecuado análisis del proceso emprendedor. Esto implica que las dimensiones familiares han de ser incluidas por los investigadores en *entrepreneurship* en los distintos aspectos del proceso, es decir, desde la

identificaciones de los determinantes de la creación del negocio hasta aquellos relacionados con los resultados posteriores del mismo como el desempeño económico, la supervivencia y el cierre voluntario.(Justo,2008, p.84).

Sin embargo, en consideración a lo anterior el presente estudio aborda como aspecto relevante la socialización económica, que se define a continuación.

**2.4.3.1 Socialización económica.** Denegri, Palavecinos, Gempp & Caprile, (2005), definen la socialización económica como “el proceso de aprendizaje de las pautas de interacción con el mundo económico mediante la interiorización de conocimientos, destrezas, estrategias, patrones de comportamiento y actitudes acerca del uso del dinero y su valor en la sociedad” (p. 88).

Además, a partir de los postulados de (Moschis, 1987; Page & Ridgway, 2001; Denegri y cols., 1999 citados en Llanos et al. 2009), refiere que la familia se convierte en el primer ente en donde se inicia el proceso de socialización económica y por lo tanto el impacto de este va a repercutir a lo largo de todas las etapas que atraviesa el ser humano en su vida, directa o indirectamente.

Sumado a ello, (Moore-Shay & Berchmans, 1996; Rose, 1999 citado por Llanos et al. 2009) Afirman que la familia cumple un rol importante en el proceso de socialización económica, ya que desde ella se reproducen y transmiten prácticas y actitudes orientadas al consumo; se tiene en cuenta además que este aspecto toma fuerza considerando que aún en la adultez el analfabetismo económico sigue presente y es de esperarse que este se vea reflejado a partir de la socialización económica en la familia y en el modelaje de conductas económicas hacia los niños (p.22).

Por lo anterior, en relación a este tema se destacan estudios como los realizados por (Amar et al., 2002; Amar et al., 2005) denominados “El desarrollo de conceptos económicos en niños y

adolescentes colombianos y su interacción con los sectores educativo y calidad de vida” y el estudio “la socialización económica en familias de la ciudad de Barranquilla” desarrollado por (Llanos, Denegri, Amar, Abello, & Tirado, 2009), a partir de ellos se identificó que tanto, niños, adolescentes y adultos poseen dificultades para la comprensión de la economía y como estas repercuten en otros problemas económicos y sociales, como por ejemplo el sobreendeudamiento, el consumismo y el desaprovechamiento de los recursos escasos.

En atención a lo anterior, y para efectos del presente estudio se hace importante abordar esta variable debido a que se convierte en un aspecto relevante a la hora de identificar y comprender factores familiares que intervienen en el desempeño económico de las mujeres microempresarias estudiadas, lo cual permitirá identificar si dicha población cuenta con una formación económica básica para desempeñarse o no exitosamente.

### 3. Estado del arte

El tema del emprendimiento ha sido ampliamente abordado a través de los años, grandes autores y teóricos han nutrido el conocimiento sobre emprendimiento desde diferentes perspectivas, conceptos y lineamientos, los cuales se pretende desarrollar dentro del presente apartado.

A lo largo de los años, los emprendedores han logrado tener un rol importante en las economías mundiales; frente a esto Schumpeter (1942) aseguró que: “la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.”

El emprendimiento puede verse motivado por diversos factores, que aplican tanto para el género masculino como por el femenino, lo cual se fundamenta en la teoría de los recursos, la cual señala que tanto los recursos tangibles e intangibles de una empresa, la educación, la experiencia, el conocimiento, la percepción de oportunidades y habilidades, el ambiente donde se va a desarrollar, el capital, la reputación y las expectativas que se tengan sobre el futuro del negocio, son factores decisivos para competir y obtener buenos resultados (Wernerfelt, 1984, Eisenhardt, 1996).

En este sentido, cada vez son más las personas que deciden iniciar una actividad emprendedora; Según Autio y Kaurannen (1994), las motivaciones de tipo personal son decisivas al momento de convertirse en emprendedor; factores como la necesidad de logro, el deseo de riqueza, y la necesidad de independencia se configuran como un factor clave para iniciar una actividad emprendedora.

Lo anterior, se reafirma en lo expresado por Paturel (1997), quien afirma que las aspiraciones o motivaciones de quien decide crear una empresa, las competencias y recursos del fundador y el entorno o ambiente para la creación de la misma, que hace referencia principalmente a las oportunidades que se encuentran en el mercado y a los incentivos legales, son factores claves para el desarrollo del proceso de creación de empresas.

Por otra parte, con relación al emprendimiento en mujeres, factores formales fundamentales como las políticas y programas de apoyo no económico, referente principalmente a la etapa inicial de la creación de la empresa, seguimiento y posterior asesoramiento durante el desarrollo de la misma, generan un efecto positivo sobre el emprendimiento femenino (Carter, 2000; Nilsson, 1997).

Sin embargo, el papel de la mujer en la sociedad, en términos laborales, ha estado orientado siempre a las actividades domésticas, la maternidad, crianza de niños y cuidado de los esposos (Kargwell, 2002), lo cual dificulta su acceso al mercado de trabajo.

Pero a pesar de existir este tipo de barreras el impacto de los emprendedores sobre las comunidades en que se desarrollan suele ser bastante positivo; según lo expresado por Formichella (2002) el impacto positivo que pueden tener los emprendedores sobre la comunidad en que se desarrollan se puede medir a través de 2 alternativas: la primera, mediante la creación de empresas, donde se resalta la importancia de la creación de micro, pequeñas y medianas empresas que se sustentan en la capacidad de satisfacer necesidades específicas de productos que atienden demandas locales y de generación de autoempleo dentro de la misma comunidad; la segunda, enfocada en la cooperación en la organización social, donde la capacidad emprendedora se expande hacia el crecimiento y desarrollo, y deja de ser vista más que una estrategia de creación



de empresas. En este sentido, el emprendedor debe ser atento y captar las necesidades de su entorno, ser innovador y ser un motor de desarrollo de la comunidad en que se desarrolla.

Es por esto, que la actividad emprendedora juega un papel muy importante dentro de la sociedad, puesto que representa un mecanismo eficiente que contribuye a mejorar la calidad de vida de la población, y es una herramienta que puede hacer la economía y el medio ambiente de las comunidades rurales totalmente sostenibles.

En este sentido, autores como (Acs, Braunerhielm, Audretsch y Carlsson, 2009; Galindo, Guzmán y Ribeiro, 2009) han verificado los efectos de la actividad del emprendimiento sobre la economía, y se ha llegado a identificar como el eslabón perdido del crecimiento económico (Audretsch, 2005).

Según lo expresa Minniti (2010) existen 2 factores fundamentales para el desarrollo de una empresa o unidad emprendedora; por un lado los factores personales, asociados a los antecedentes, valores, actitudes o motivaciones; por otro lado los factores sociales, asociados con la cultura, el apoyo social, y la percepción que tiene el individuo sobre qué pensarán las personas con relación a que cree una empresa) (Krueger y Brazeal, 1994).

Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo (2011) afirman que la decisión de crear una empresa y ponerla en marcha es producto de la motivación y las intenciones, que pueden variar de acuerdo a los rasgos de personalidad y las habilidades en términos empresariales que posea el individuo.

Como lo expresa Moreno (2013) a partir de la década de 1990 los estudios que abordan la temática de emprendimiento se han enfatizado en cuatro aspectos fundamentales para su comprensión: el primer grupo busca identificar las características sociodemográficas de las mujeres que toman la iniciativa de realizar emprendimientos; el segundo grupo aborda los estudios de emprendimiento desde la perspectiva de género, es decir la diferencia entre hombres y mujeres;

en el tercer grupo se busca entender el papel del contexto sobre la decisión de iniciar una actividad productiva, abordado desde la perspectiva de género como un papel preponderante en dicha decisión; y finalmente, el cuarto grupo aborda los estudios relacionados con el papel vital del emprendimiento, como proceso social, en la redefinición del género y en la generación de *spill overs* en la comunidad en que se desarrollan.

En este sentido, desde la perspectiva del enfoque de emprendimiento femenino, Kelley (et al., 2013) expresa que las mujeres que deciden emprender no solo generan autoempleo, sino que de forma directa benefician, mediante la creación de numerosos empleos, la participación de mujeres dentro de la economía mundial. En este sentido, un aspecto cualitativo bastante interesante respecto al emprendimiento femenino, el cual se encuentra en clara desigualdad al masculino, es el grado de satisfacción personal obtenido, superando al masculino en aquellas economías impulsadas por la eficiencia y la innovación, y que contribuyen a la sociedad con la incorporación de más talento, a niveles de equilibrio y bienestar superiores (Amorós y Bosma, 2014), y así mismo, potencian un emprendimiento de alta calidad y estratégico (Levie y Autio, 2011).

En cuanto a la percepción y la realidad del emprendimiento en las personas, el rol del sistema educativo, en todos sus niveles, comenzando desde el básico, juega un papel determinante. El rol del sistema educativo se considera uno de los más relevantes al momento de abordar el emprendimiento femenino, sin embargo los estudios relacionados con el tema no presentan mayor consenso al respecto, puesto que pueden variar de acuerdo al contexto (Álvarez et al., 2014). Esto se reafirma en los resultados de la investigación presentador por Wilson et al. (2007), quien encontró una relación positiva entre la educación superior de las mujeres y el aumento en la tasa de mujeres emprendedoras.

Wilson et al. (2007), Afirman que:

tanto los factores personales, relacionados con la percepción de habilidades y menor miedo al fracaso, como los factores sociales, tales como tasa de inversión formal y acceso a redes emprendedoras, son determinantes de manera positiva sobre la probabilidad de que una mujer se vuelva emprendedora. Así mismo considera que al incrementarse el problema del desempleo, el emprendimiento empieza a adquirir status ya que se convierte en una alternativa u oportunidad para la sociedad, además del efecto positivo que esto tiene sobre el crecimiento económico y el empleo. (p. 40)

Según Miller (2015), los emprendedores y sus proyectos innovadores han sido agentes que han contribuido de manera significativa al incremento de la riqueza en las naciones a través de la generación de empleos y bienestar en la población. En este sentido, quienes tienen un perfil emprendedor con características tales como energía, pasión y optimismo, tienen mayor intención de ser emprendedores (Muñiz et al., 2014).

#### **4. Problema de Investigación**

El emprendimiento en las últimas décadas se ha convertido en un factor clave que incide en el crecimiento económico y la productividad de las naciones, lo que sin lugar a dudas repercute notablemente de manera positiva en las diferentes esferas del desarrollo. (Amador & Briones , 2017).

Sumado a ello, el emprendimiento influye de manera significativa en la vida de las personas, de las comunidades y por ende en la sociedad, generando espacios de participación, lo que abre paso para el logro de procesos de desarrollo. Por lo anterior, autores como Reynolds (1994) y Malecki (1997) citado por Núñez (2017) hacen referencia a la relación entre emprendimiento y desarrollo local y regional, siendo las pequeñas iniciativas emprendedoras, el medio no solo de las personas, sino de muchas políticas públicas de diversos gobiernos la clave para hacerle frente a flagelos de la pobreza, el desempleo, la exclusión, la desigualdad, la inequidad, entre otros.

En este contexto, el emprendimiento femenino se convierte en uno de los grandes desafíos para los países en desarrollo, por eso los gobiernos junto a las organizaciones económicas líderes en el mundo como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y la OECD, se suman a la tarea de potencializarlo. (Amador & Briones , 2017)

Según el informe de la mujer del Global Entrepreneurship Monitor, GEM, (2016) un gran número de mujeres en el mundo han iniciado negocios, la cifra oscila entre los 163 millones en 74 economías para el año 2016, demostrando que hay un aumento significativo en el espíritu emprendedor de las mujeres, reflejando su impacto y contribución al crecimiento y bienestar de las regiones. (Kelley, y otros, 2016)

En este orden de ideas según Kelley et al. (2016) Colombia reporta las mayores expectativas de crecimiento femenino en un 35%, de los países que conforman América Latina, mientras que en otros países como Brasil menos del 2% de las mujeres empresarias tienen estas ambiciones, y menos del 20% del nivel masculino.

Sin embargo, aunque se hayan logrado grandes avances en temas de emprendimiento femenino y muchas instituciones respalden estas iniciativas, aún se siguen presentando grandes barreras que lo limita y hacen que sea aun evidente la brecha que existe frente a los emprendimientos iniciados por hombres, como se aprecia en el informe de la mujer GEM en donde América Latina también exhibe una amplia brecha de género, con expectativas de crecimiento femenino que apenas alcanzan el 60% del nivel masculino.

Otro ejemplo de ello se corrobora con el menor acceso a las instituciones financieras y mecanismos de ahorro formales que tienen las mujeres en todo el mundo, representado en un 47%, frente a un 55% de los hombres. (ONU MUJERES, 2015)

Según el Banco Mundial hay otros factores que también evidencian la desigualdad de géneros en este ámbito, ya que, existe una mayor probabilidad que las mujeres se dediquen a la baja productividad, a trabajar en el sector informal y con menor probabilidad de traslado al sector formal de la economía en relación a los hombres. (World Bank, 2012)

En Colombia, por ejemplo, a partir de investigaciones realizadas por la Cámara de Comercio de Bogotá (2013), se encontró que, después de la creación de las empresas pasado el primer año, solamente sobrevive el 55% de estas, un 41% en el segundo año, el 31 % al tercer año, y para el cuarto año, queda un 23% de los emprendimientos, lo cual evidencia que en las últimas décadas el comportamiento de la generación y el fracaso empresarial se han mantenido. (Pardo & Alfonso, 2015)

Por muchos años las mujeres han sido excluidas de las diferentes actividades laborales, productivas y empresariales. Esto ha sido producto de una cultura que a través de la historia ha limitado la manifestación plena de las mujeres, y las ha relegado a los trabajos domésticos y al cuidado del hogar. Según Fernández, la división sexual del trabajo, que atribuye a las mujeres la realización de las tareas domésticas y el cuidado de los niños, mayores y enfermos, y a los hombres los trabajos relacionados con la vida pública y la toma de decisiones, no ha perdido vigencia con la reciente incorporación de las mujeres al mundo laboral fuera del hogar (Fernandez, 2014). Es así que, si bien es cierto que a través de su lucha, las mujeres han logrado abrirse camino, y tener acceso a diversos escenarios y contextos que antes le habían sido negados.

Desde este panorama, y atendiendo a la importancia que hasta el momento se le ha otorgado al emprendimiento femenino desde un enfoque de género como estrategia y vía de crecimiento económico, en los últimos tiempos se ha estudiado desde el punto de vista económico, midiendo aspectos entorno al acceso a oportunidad del mercado, acceso a financiamiento bancario, creación de empresas, factores que las motivan a emprender, entre otros; restando menos profundidad a las investigaciones encaminadas a indagar acerca de los factores críticos de orden personal y familiar que guardan una estrecha relación con el nivel de resultados de los emprendimientos liderados por mujeres, lo que permitirá a su vez, reconocer y caracterizar a la mujeres microempresarias desde sus particularidades, desde los diferentes contextos.

Al no abordar estos factores de orden personal, se desconocería un insumo valioso para evaluar cómo se están desarrollando las unidades productivas de forma integral, no solamente desde el punto de vista económico, sino desde el área personal y social que también representa parte importante en la vida del ser humano y de su contexto, desde este punto de vista es en donde

se considera importante analizar el rol de los factores críticos de orden personal en el emprendimiento de las mujeres microempresarias.

El contexto de la presente investigación es el municipio de Sincelejo de acuerdo al (Plan de Desarrollo Ciudad con Visión 2016-2019, 2016) , el cual según proyecciones del DANE para el año 2016, cuenta con un total de 116.371 personas con al menos una necesidad básica insatisfecha y 54.767 personas en condiciones de miseria, teniéndose un total 171.138 personas en condiciones de vulnerabilidad y pobreza en relación con el total de la población del municipio de Sincelejo, alcanzando un índice de pobreza multidimensional cercano al 61%.

En medio del panorama enunciado anteriormente, existe un grupo reducido de mujeres en situación de vulnerabilidad ya sea por su condición económica, por ser víctimas de desplazamiento, violencia en todas sus manifestaciones o son madres cabeza de hogar; que buscan hacer frente a las condiciones de vida que enfrentan, mediante el emprendimiento, como alternativa de superación personal y soporte para sus familias.

Este grupo de mujeres, están articuladas a la estrategia que desarrolla el Si Emprende el cual tiene como propósito “prestar servicios integrales de orientación y referenciación a oportunidades de ingreso y empleo, especialmente diseñados para población en situación de pobreza y vulnerabilidad en Sincelejo”. Si Emprende (2011).

El Si Emprende nace de un convenio de cooperación entre la Alcaldía de Sincelejo, la Cámara de Comercio de Sincelejo, el Sena Regional Sucre y la Corporación Minuto de Dios, quienes son las instituciones que hasta el momento apoyan este tipo de iniciativas emprendedoras en el municipio partiendo desde los lineamientos de política pública, atendiendo a la necesidad de mejorar las condiciones de vida de las personas más vulnerables; esto lo hacen mediante un

proceso sistemático de formación, capacitación, asesoría, asistencia técnica y acompañamiento permanente.

Esta institución hasta la actualidad ha atendido 2833 personas en la parte de recepción y orientación pertenecientes a los estratos 1 y 2 según el Sisbén y a las personas registradas en la bases de la Red Unidos, de las cuales 185 son mujeres que han sido beneficiadas bajo el apoyo de Fondo de micro-capital y capital semilla de los programas de ANSPE, DPS y Agencia de Cooperación Internacional Coreana – KOICA.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos desde la institucionalidad en ejecutar las políticas estatales en lo que concierne en este ámbito, los entes ejecutores de dichas estrategia no realizan un seguimiento profundo en relación a esta estrategia y la población beneficiaria, ya que solo se corrobora si las iniciativas de dichos emprendimientos siguen funcionando o no, lo que limita significativamente la mejora continua de los procesos y actividades encaminadas en relación a este tema y más aún se ve reflejado en el alto número de fracasos de los emprendimientos. (Pardo & Alfonso, 2015)

Es así, como a partir de ese contexto se desarrolla la presente investigación, ya que permite conocer el rol de los factores críticos de orden personal y familiar en el emprendimiento de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, sucre. Por lo que resulta de gran importancia que la investigación responda al siguiente cuestionamiento: *¿Cuáles son los factores de orden personal y familiar en el nivel de resultados de las unidades de emprendimiento de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre?*



## **5. Objetivos**

### **5.1 Objetivo General**

Analizar y comparar factores de orden personal y familiar en el nivel de resultados de las unidades de emprendimiento de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre.

### **5.2 Objetivos Específicos**

Identificar y comparar el nivel de alfabetización económica, de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.

Describir y comparar las conductas de consumo de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.

Describir y comparar actitudes hacia el endeudamiento de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.

Identificar y comparar el nivel de autoeficacia de mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.

Identificar y comparar el nivel de socialización económica de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre.

## **6. Metodología**

### **6.1 Tipo y diseño**

El presente estudio es de tipo descriptivo, no experimental, comparativo transversal, por medio del cual se busca determinar factores de orden personal y familiar de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre, respecto al nivel de resultados de sus unidades de emprendimiento.

Lo anterior, se puede sustentar en lo expresado por Hernández, Fernández y Batista (2010), quienes afirman que “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92).

### **6.2 Población y muestra**

#### **6.2.1 Población.**

La población del presente estudio está definida por el universo de mujeres microempresarias pertenecientes a la ciudad de Sincelejo.

Atendiendo a que en la ciudad de Sincelejo no existe una base de datos específica manejada por alguna institución del estado o bien sea del sector privado que agrupe a las mujeres emprendedoras o microempresarias, se realiza el acercamiento a las principales instituciones de la ciudad de Sincelejo que promueven y apoyan iniciativas empresariales, entre ellas, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, El Si Emprende y aquella que por su función realiza actividades de registros públicos como lo es la Cámara de Comercio de esta Ciudad.

Sin embargo, ante el SENA no se halló alguna base de dato de mujeres microempresarias bajo el Fondo Emprender como línea que apoya esta área, el cual, es un fondo de capital semilla creado por el Gobierno Nacional en el artículo 40 de la Ley 789 del 27 de diciembre de 2002, cuyo

objetivo apunta a financiar iniciativas empresariales, ya que son muy pocos los casos en que han apoyado alguna iniciativa liderada por una mujer, al momento de hacer el acercamiento solo contaban con un registro de una mujer microempresaria pero esta no estaba ubicada en la ciudad. Otro aspecto importante, y que resulta relevante enunciar es que bajo este fondo solo pueden aspirar aquellas personas denominadas aprendices, asociaciones de estos, practicantes universitarios o profesionales cuya formación aun no haya culminado o se haya desarrollado en su totalidad en instituciones reconocidas por el Estado.

Por lo anterior, para aquellas personas y en este caso mujeres que tienen iniciativas emprendedoras y que no cumplen con estos requisitos la oportunidad de ser financiadas o apoyadas por este fondo es imposible.

Por otra parte, en la Cámara de Comercio de Sincelejo manifestaron no tener alguna clasificación o base de dato específica de mujeres microempresarias, ya que llevan el registro mercantil pero no determinan si en realidad estas microempresas pertenecen o son dirigidas por mujeres.

Para el caso de Si Emprende, una de las entidades encargadas de promover y financiar el emprendimiento en la ciudad de Sincelejo, y quien dentro de su población atendida se encuentran inmersas las mujeres con iniciativas empresariales, facilita la base de datos de 185 mujeres que han sido beneficiadas por la estrategia que desarrollan, bajo el apoyo de Fondo de micro-capital y capital semilla de los programas de ANSPE, DPS y Agencia de Cooperación Internacional Coreana – KOICA, esta población pertenece a los estratos 1 y 2 según el Sisbén, además se encuentra en condiciones de vulnerabilidad ya que en su gran mayoría no cuentan con las necesidades básicas satisfechas o en algunos casos son víctimas del conflicto armado.

Se tiene en cuenta además que para efectos de la investigación Si Emprende a partir de la base de datos realiza y entrega una clasificación de las mismas, las cuales quedan integradas por iniciativas empresariales con altos resultados representadas en aquellas que aún se encuentran en funcionamiento y han logrado una sostenibilidad de los mismos y las otras iniciativas con bajos resultados de acuerdo a características de cierre de los negocios.

A partir de la base datos, se realiza un primer contacto vía telefónica con dicha población, donde se les explica la intención del estudio, el proceso y se les solicita la participación voluntaria en el mismo y posterior a ello la visita a su sitio de residencia o del negocio para la aplicación de los instrumentos. Por lo anterior, y atendiendo a que en algunos casos no se logró la ubicación ni el contacto telefónico de las mismas se fue depurando la muestra.

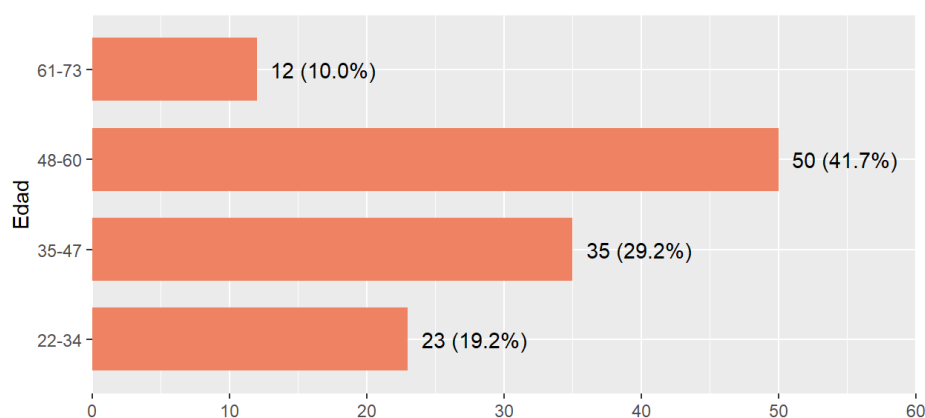
#### **6.2.2 Muestra.**

La muestra se selecciona de forma intencional, atendiendo a la voluntad de las microempresarias de participar en el estudio y posterior firma del consentimiento informado, no se tiene en cuenta la edad de las mujeres debido a que solo existe esta base de datos y queda sujeta a la participación voluntaria, por lo tanto, queda integrada por 120 microempresarias de la ciudad de Sincelejo, de las cuales 90 cuentan con altos resultados y 30 con bajos resultados no exitosas en sus unidades de emprendimiento. Los criterios de altos y bajos resultados en sus emprendimientos fueron estipulados por Si Emprende Sincelejo, de acuerdo a características de cierre de los negocios, funcionamiento y sostenibilidad de los mismos como se enunció anteriormente.

Por lo anterior, se describen las principales características sociodemográficas de las mujeres microempresarias, la muestra, que serán objeto de estudio.

6.2.2.1 **Edad.** La palabra edad, proviene del latín aetas y es el término que se utiliza para referirse al tiempo que ha vivido un ser vivo. Según Caldera, Carrillo & Escamilla (2010) la noción de edad permite dividir la vida humana en distintos periodos temporales, por ejemplo, una persona según su edad, puede ser un bebé, niño, púber, adolescente, joven, adulto y adulto mayor.

En este sentido, analizar la edad proporciona un aporte importante que permite analizar el o los rangos de edad en que las mujeres sincelejanas deciden emprender, o bien consolidar su proyecto o unidad productiva.



*Figura 1. Edad (Rangos). Fuente: Encuesta de datos socioeconómicos; cálculos: propios.*

Como se evidencia en la figura 1, el 41.7 % de las mujeres del presente estudio, emprendedoras, se encuentran en edades que oscilan entre los 48 a 60 años; seguidamente se encuentran el 29,2% con edades entre 35 a 47 años, mientras que el 19,2% corresponde a mujeres con rango de edad entre 22 y 34 años, finalmente el 10,0% restante está oscilando entre los 61 a 73 años.

En este caso el mayor porcentaje de mujeres emprendedoras se encuentran en el rango de edad de los 40 a 60 años, siendo entendible dado que a esa edad la mujer es más madura y se siente más segura de sus capacidades, lo cual es validado por Koellinger et al., (2007) citado en Alonso,

(2008) quien afirma, que las personas en un rango de edad entre los 40 y 60 años se caracterizan por su gran capacidad de autoconfianza y control, sintiéndose con el control sobre su destino y con la confianza suficiente en sus habilidades personales, lo cual es un factor determinante al momento de emprender y de tener un mayor éxito empresarial.

Por otra parte, Ronstadt (1984) considera dos aspectos fundamentales: Las personas con menos de 22 años muy difícilmente deciden emprender debido a barreras como la capacidad, la madurez y la experiencia, coincidiendo con el estudio dado que el 19,2 % está entre 23 y 34 años y no existen mujeres menores de 22 años. Sin embargo él manifiesta, que las personas mayores de 55 años buscan mayor estabilidad y seguridad, lo cual se interpreta que si no son emprendedores ya, les cuesta dificultad iniciar algún tipo de emprendimiento, por el deseo de estabilidad y seguridad. Por tanto, Ronstadt manifiesta que el mayor número de emprendedores se ubican en edades entre los 23 y 54 años de edad. Aunque, contrasta con Koellinger et al., (2007), para este caso si se suma los rangos comprendidos entre 23 a 34 y 35 a 47 años se tiene un porcentaje de 48,4 % de mujeres emprendedoras, corroborando lo que explica Ronstadt, si además se le suman las que están en el rango de 48 a 54 años de edad.

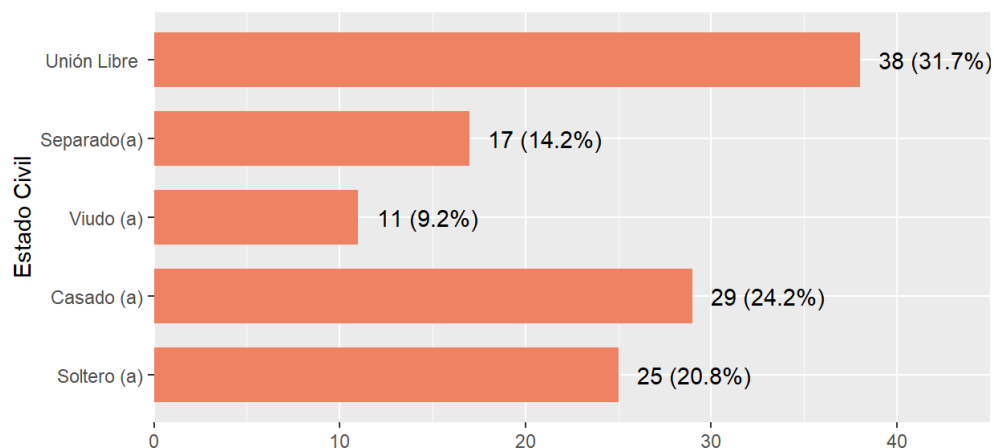
Por otro parte, el tener el 19,2 % de mujeres entre 23 y 34 años, es relevante porque es un indicativo del crecimiento en número de mujeres jóvenes que son emprendedoras, sea bien por las políticas de cultura de emprendimiento liderada por el Ministerio de Educación Nacional (MEN) orientada a promover el emprendimiento en la población joven de Colombia. Autores como Levesque & Minniti (2006) afirman que los jóvenes, por su mayor capacidad para enfrentarse a los riesgos, son más propensos a emprender.

6.2.2.2 **Estado Civil.** Se define como el status, calidad o posición, que puede ser o no permanente, que ocupa un individuo o persona dentro de la sociedad, en relación a sus relaciones de familia y que le otorga ciertos derechos, deberes y obligaciones civiles. El estado civil presenta varias características, entre las que se encuentran:

1. Sin ninguna excepción todos tenemos, al menos, un estado civil.
2. El estado civil es uno e indivisible.
3. El estado civil es personal e intransferible, es un atributo de nuestra personalidad y tenemos derecho a uno por ser persona; no puede venderse, donarse o renunciar a él.
4. Es un derecho persona, por lo tanto es inembargable ni se puede actuar por representación legal, a excepción del matrimonio que es voluntario.
5. Es permanente, pero no perpetuo, y solo cambia en el sentido que una persona decida acceder al matrimonio, su conyugue muera o decida divorciarse.

El estado civil en Colombia ha sufrido, tal como lo afirma Quiróz (2015), que al pasar del tiempo con los avances científicos y la modernidad han traído consigo cambios y nuevas tendencias en la sociedad y el estado civil de las personas, normativamente considerado, no podía ser la excepción.

En la siguiente figura se muestra el porcentaje de mujeres microempresarias, de acuerdo al estado civil en que se encuentran al momento del estudio. Cabe destacar que los cambios en el estado civil son sensibles a sus variaciones, por el matrimonio, el divorcio o la muerte.



*Figura 2. Estado Civil. Fuente: Encuesta de datos socioeconómicos; Cálculos: propios.*

En la figura 2, se puede observar que las mujeres microempresarias representadas en 31.7% están bajo el estado civil de unión libre, le sigue las mujeres casadas con el 24,2%, después las que manifiestan estar solteras con el 20,8%, las separadas con el 14,2% y por ultima las viudas con el 9,2%.

La unión libre, se ha convertido en una modalidad de unión civil que ha adquirido gran relevancia en el ámbito nacional; esto se fundamenta en lo expresado anteriormente por Quiróz (2015), al referirse a los cambios y avances que la modernidad y la ciencia han generado en la sociedad. Entonces, podemos observar que para este caso particular es un número significativo en esta población de mujeres microempresarias.

Igualmente, se puede deducir que el 55,9 % de esta población cuenta con pareja o conyugue, ya sea casado o en unión libre, lo que se puede traducir en unidades productivas familiares en cabeza de las mujeres, o bien unidades productivas lideradas por mujeres emprendedoras que desean generar un ingreso adicional a su familia o tener su propio negocio.

Por otra parte, es importante destacar que el 20,8% de las solteras ven en el emprendimiento una estrategia llamativa y acertada para superar sus problemas y realizarse económica y hasta



profesionalmente, sirviéndole como base de sustento al hogar, en consideración que sean madres solteras.

En este sentido según Fasci y Valdez (1998), se debe tener en cuenta que el estado civil y la localización de la empresa en el domicilio como proxy de las responsabilidades familiares, tienen implicaciones en la generación de una menor rentabilidad de las empresas femeninas y por consiguiente en el nivel de resultados de las mismas.

**6.2.2.3 Educación.** Según Turbay & Unicef (2000) el derecho a la educación es, sin duda, uno de los derechos de la niñez y quizás el más necesarios de los sociales. La afirmación anterior, se hace en buena medida, porque de la educación en sus distintas formas y modalidades, adquiere gran parte de las condiciones y capacidades necesarias para vivir en sociedad. En este sentido, la educación en todas sus manifestaciones es la vía por excelencia de la socialización humana; es decir, la vía de su conversión a un ser social.

En este sentido, la educación se presenta como un componente de gran relevancia para la vida, puesto que ayuda a adquirir conocimientos, actitudes, aptitudes, capacidades y habilidades propias que permiten el pleno desenvolvimiento personal en el campo social, humano, económico, político, cultural, entre otros; la educación, abarca una amplia gama de conocimientos que proporcionan una formación en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente, tal cual como lo establece la convención sobre los derechos del niño en su artículo 67.

Según el Ministerio de Educación Nacional (MEN) en Colombia la educación se define “como un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes”. El

sistema educativo colombiano lo conforman: la educación inicial, la educación preescolar, la educación básica (primaria cinco grados y secundaria cuatro grados), la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller.), y la educación superior.

Según el MEN Los tres niveles de educación formal son: Preescolar, educación básica primaria y básica secundaria, y educación media.

La educación formal se organiza en tres niveles:

- a) El preescolar, que comprenderá mínimo un grado obligatorio
- b) La educación básica, con una duración de nueve grados que se desarrollará en dos ciclos:

La educación básica primaria de cinco grados y la educación básica secundaria de cuatro grados.

- c) La educación media con una duración de dos grados.

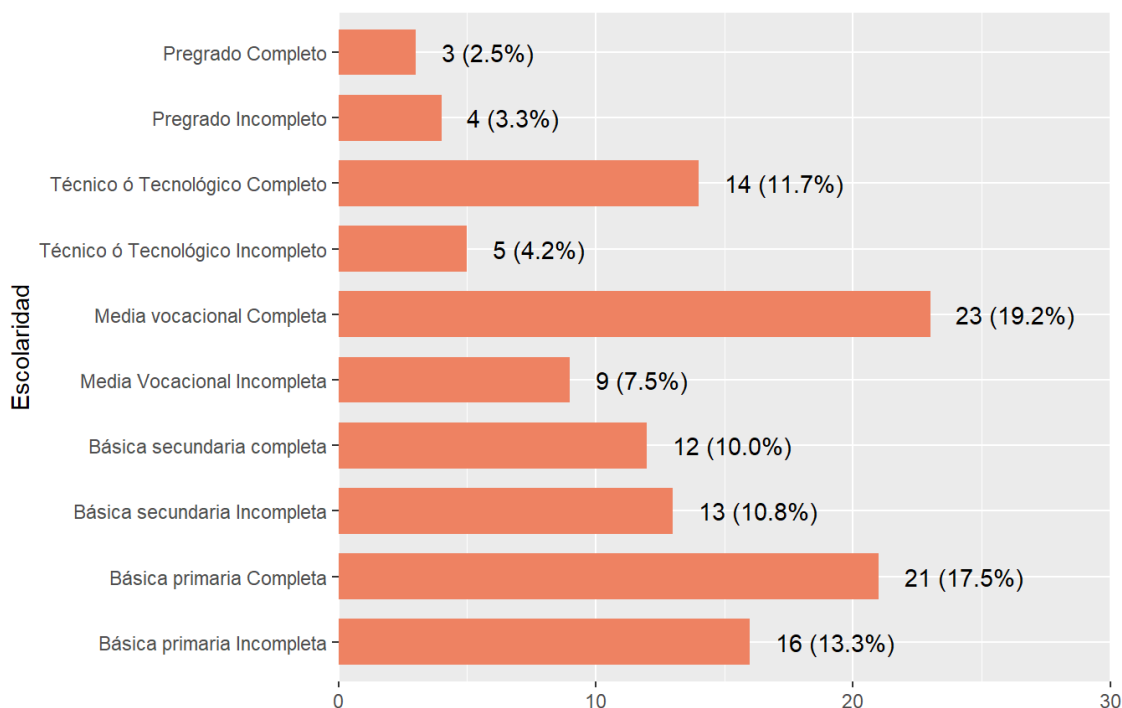
Por otro lado se encuentra la educación superior, la cual se imparte en dos niveles: pregrado y posgrado.

El nivel de pregrado tiene, a su vez, tres niveles de formación:

- Nivel Técnico Profesional (relativo a programas Técnicos Profesionales).
- Nivel Tecnológico (relativo a programas tecnológicos).
- Nivel Profesional (relativo a programas profesionales universitarios).

La educación de posgrado comprende los siguientes niveles:

- Especializaciones (relativas a programas de Especialización Técnica Profesional, Especialización Tecnológica y Especializaciones Profesionales).
- Maestrías.
- Doctorados.



*Figura 3.* Nivel máximo de escolaridad de las mujeres microempresarias. Fuente:

Encuesta de datos socioeconómicos; Cálculos: propios.

De la figura 3, se observa que el 19,2% han logrado estudios de media vocacional completa, que el 17,5% ha obtenido la básica primaria completa, mientras que el 13,3% ha realizado la básica primaria incompleta, el 11,7 % ha logrado estudios de técnico o tecnológico completo, mientras que el 10,8 % ha realizado la básica secundaria incompleta, el 10,0 % básica secundaria completa, el 7,5 % la media vocacional incompleta y el 4,2 % técnico o tecnológico incompleto, el 3,3 % con estudios de pregrado incompleto, y por último el 2,5 % pregrado completo.

Al analizar el factor educación de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo se puede evidenciar varias particularidades: la primera es que el 59.1% de las mujeres emprendedoras no han completado su formación a nivel de bachiller formal, y solo el 19,2 % son bachilleres, por lo cual se deduce que el 78,3 % de las mujeres no alcanzan a tener la formación

básica elemental para el emprendimiento y desarrollo empresarial. En consecuencia, considerando la educación como factor importante para el desarrollo de la competencia empresarial y lograr un mejor desempeño gerencial, este será un elemento esencial en el ámbito de su emprendimiento, porque puede ser un factor limitante en la toma de decisiones en aspectos técnicos y contables, por ejemplo.

De otro lado, se puede apreciar que el 21,7 % de las mujeres, están o han realizado estudios de técnicos a pregrados, para este grupo es un porcentaje significativo de mujeres, lo que da cuenta que cada vez hay más interesadas en acceder al campo educativo y aplicar los conocimientos adquiridos para crear empresa. Esto reafirma con lo sugerido por Carosio (2004) quien expresa que la mujer, por naturaleza, cuenta con ciertas habilidades especiales que le ayudan a desarrollar la actividad empresarial, puesto que aprenden a ser administradoras, de forma natural, a través de las labores del hogar; esto se evidencia en sus capacidades gerenciales.

Sin embargo, es importante señalar que los profesionales universitarios poco emprenden; profesionales universitarios con pregrado y postgrado son menos propensos a iniciar una actividad emprendedora o crear empresa, esto se da principalmente como lo afirma Thomas (2009), los profesionales universitarios tienen mayores expectativas de empleo y mejores oportunidades laborales, y adicionalmente porque desean adquirir más experiencia antes de emprender.

6.2.2.4 **Hogar y vivienda.** Según el Banco Mundial, un hogar se define como la persona o conjunto de personas, sean o no parientes, que residen habitualmente en una misma vivienda particular, ocupándola total o parcialmente; que se rigen por un presupuesto común y que comparten en común sus alimentos. En este sentido, dentro de una vivienda pueden coexistir más de uno o dos hogares siempre y cuando, tanto el presupuesto como los alimentos sean independientes entre sí, es decir, en una habitación dentro de una vivienda puede existir un hogar, y este se considerará como tal siempre y cuando se cumplan las funciones anteriormente mencionadas. Es importante resaltar que dentro de una vivienda se puede encontrar, incluso, hasta 3 hogares coexistiendo.

6.2.2.5 **Estructura familiar y tipos de familia.** En este sentido, con relación a las estructuras familiares, estas se definen como:

Organización interna de las relaciones, los patrones y las reglas del grupo familiar, se evidencia en los diversos subsistemas que la componen, posibilitando así las interacciones permanentes entre los diferentes miembros, a partir de las pautas, reglas, costumbres, límites, entre otros. Rige el funcionamiento individual y familiar, define su conducta, facilita su interacción recíproca, permite realizar sus tareas esenciales, apoya el desarrollo afectivo y evolutivo de sus miembros y les proporciona un sentimiento de pertenencia. Está configurada alrededor de los cambios sociales, en la renovación y contextualización permanentes de las pautas transaccionales que han operado a lo largo de la historia de la sociedad y por ende de la familia. Es dinámica y está determinada por un tiempo y espacio específico. Sus elementos constitutivos son, el parentesco, la edad, el sexo de los integrantes y el vínculo de la pareja, esto imprime una identidad propia a cada familia y establece

la identidad de género y los subsistemas con sus respectivas fronteras, jerarquías e interdependencias facilitando así las relaciones interpersonales y con los contextos significativos. (Quintero, 2007: 57)

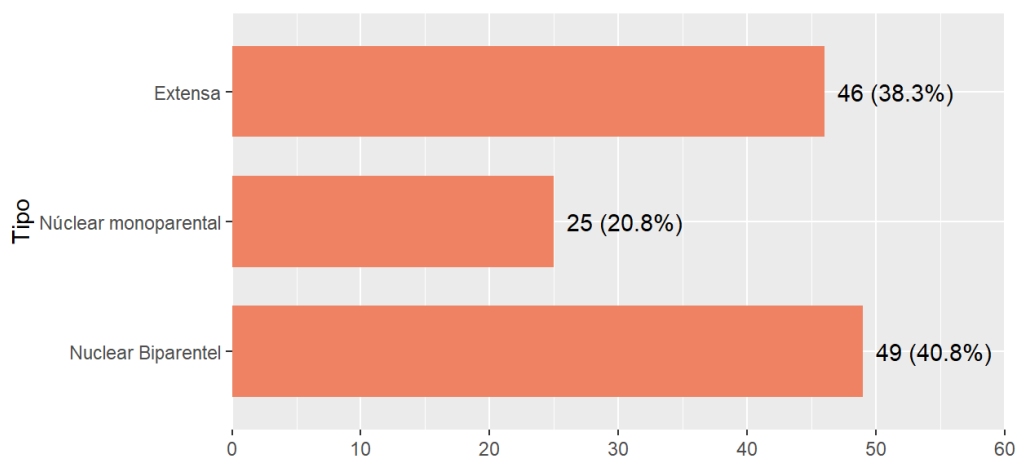
A partir de esto, Quintero proporciona una clasificación del tipo de familias que se presentan en la sociedad, así:

- **Familias tradicionales:** Nuclear, extensa, ampliada, familias sin núcleo – grupos consanguíneos.

- **Nuevas organizaciones:** simultáneas, monoparentales, homoparentales.

- **Hogares no familiares:** hogar, hogar unipersonal, pareja/díada conyugal.

A partir de esta definición y clasificación, y partiendo de la encuesta de datos socioeconómicos, se considera para efectos de estudio 3 tipos de familia discriminadas así:



*Figura 4. Tipo de Familia. Fuente: Encuesta de datos socioeconómicos; cálculos: propios.*

Para el caso de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, los tipos de familia predominante en el hogar son el biparental con un 40.8%, compuesto por padre, madre e hijos, seguida de la extensa con un 38.3%, compuesta por padre, madre e hijos, y adicionalmente otros miembros de su familia como, tíos, sobrinos, abuelos, nietos, entre otros.

Entendiendo que la familia como estructura organizacional e institución del núcleo social, permite el ejercicio de capacitar a cada miembro en cumplir tareas específicas, de acuerdo con la estructura jerárquica que se mantenga, es beneficioso en el caso de las familias con la figura paterna y materna conviviendo en el hogar, por su función social, educacional este tipo de familia favorece aspectos de la personalidad, como el autoconcepto y determinan los rasgos psicoafectivo (Acosta, F., 2003).

**6.2.2.6 Vivienda y estrato.** Con respecto a las viviendas, definidas por el Banco Mundial como todo local formado por un cuarto o conjunto de cuartos estructuralmente separados e independientes, destinados al alojamiento de uno o más hogares, en la ciudad de Sincelejo se encuentran estratificadas en una escala de 1 a 6, basado esto en la estratificación socioeconómica planteada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE.

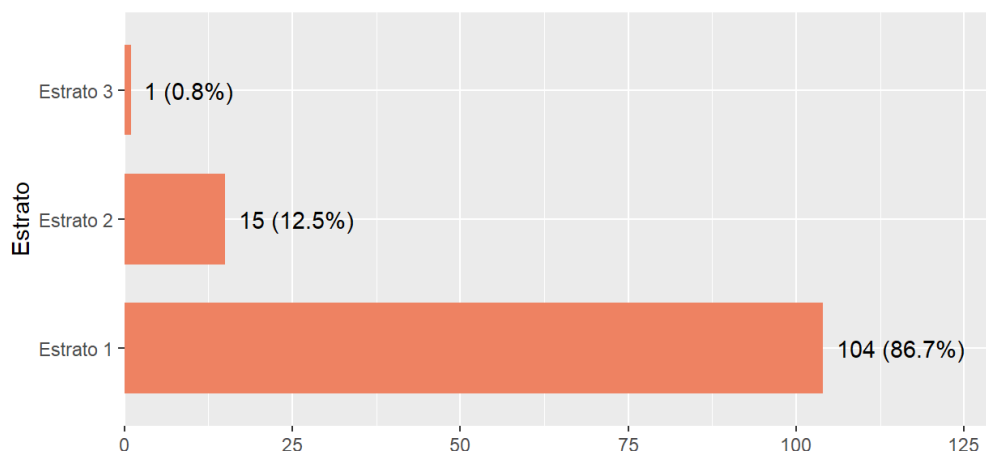
Según el DANE (2015a), Las viviendas o predios se clasifican dentro de estas categorías: estrato 1 (bajo-bajo), estrato 2 (bajo), estrato 3 (medio-bajo), estrato 4 (medio), estrato 5 (medio-alto) y estrato 6 (alto).

De estas categorías los estratos 1, 2 y 3 son beneficiarios de subsidios, ya que en estos se ubican las personas de menores recursos; únicamente el estrato 4 se paga el valor exacto fijado por la empresa prestadora de servicios públicos y los estratos 5 y 6 pagan sobrecostos.

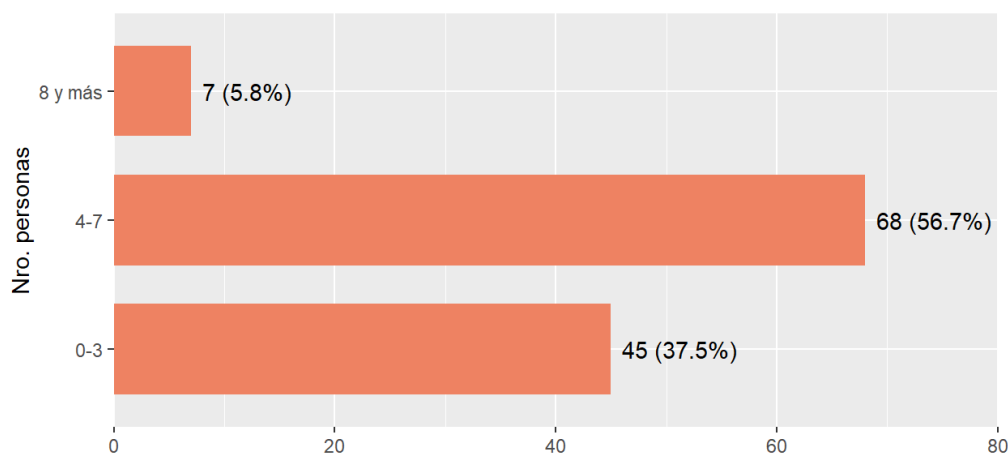
De la figura 5, se observa que el 86,7% de mujeres habitan viviendas ubicadas en el estrato 1, seguidamente el 12,5 % se encuentran habitando viviendas de estratos 2 y solo el 0,8% de estas viven en el estrato 3.

En este caso, se evidencio que el 86,7% de ellas son de un nivel económico bajo, son barrios relativamente nuevos y catalogados en unos casos como “subnormales”, así mismo fueron también asentamientos de desplazados y urbanizaciones que cuentan con servicios públicos insatisfechos.

Y considerando que los emprendimientos se encuentran en la misma vivienda, es válido de acuerdo con lo observado, que estas mujeres apenas subsisten económicamente, puesto que las condiciones de las viviendas y el lugar de las mismas muestran limitaciones tanto en servicios públicos, como afectación sobre la calidad de vida.



*Figura 5.* Estrato de la vivienda. Fuente: Encuesta de datos socioeconómicos; cálculos propios.



*Figura 6.* Número de personas con que vive. Fuente: Encuesta de datos socioeconómicos; cálculos propios

En este sentido, es apropiado hablar de la conformación de las familias y como se distribuyen dentro de la vivienda. En Colombia, y en especial las ciudades de la costa Atlántica,



es muy común evidenciar una ocupación intensiva del espacio de la vivienda, es decir existe lo que se conoce coloquialmente como hacinamiento. Esto se debe en gran parte a la existencia de más de un hogar dentro de la misma vivienda, o bien a familias con gran número de hijos o que tienen a su cargo el cuidado y protección de algunos miembros de su familia. Según informe del DANE (2016) reafirma que los departamentos de la Costa Caribe poseen la mayor tasa promedio de personas por hogar, representada en un 3,8 siendo la mayor del país. (p. 3)

La figura 6, presenta información acerca del número de personas que integran los hogares de las mujeres microempresarias estudiadas, un alto porcentaje de viviendas en las que viven estas mujeres son habitadas, en su mayoría, por un gran número de personas; así, se puede observar por ejemplo que el 56.7% de los hogares de dichas mujeres cuentan con un número de entre 4 y 7 personas, los hogares conformados por 8 personas y más representan el 5.8%, por lo cual el porcentaje ascendería al 63%. Esta situación se puede presentar por dos razones: la primera por la cultura de ocupación intensiva de la vivienda que es característico de la cultura colombiana, en especial la relacionada con la Costa Atlántica; y en segundo lugar, lo relacionado con la existencia de dos o más hogares dentro de la misma vivienda, algo que también es muy usual en los hogares colombianos.

**6.2.2.7 Economía e ingresos.** En cuanto a las mujeres y la producción en el hogar, Espino, Salvador, & Querejeta (2010) citan:

La producción en los hogares (o en la comunidad) de bienes y servicios en base a trabajo no remunerado que sirve a la reproducción social y biológica de sus miembros, recae básicamente en las mujeres, tanto en forma remunerada como no remunerada. La asignación cultural y social de esta responsabilidad a las mujeres contribuye a determinar que ellas ocupen una posición diferente en la economía a la de los hombres. Mientras ellas

representan una menor proporción de la fuerza de trabajo remunerado, reciben menores ingresos en promedio y se insertan en ocupaciones de bajo estatus, tienen en promedio una carga global de trabajo mayor a los hombres debido al trabajo no remunerado que se realiza en los hogares y en la comunidad (p.6).

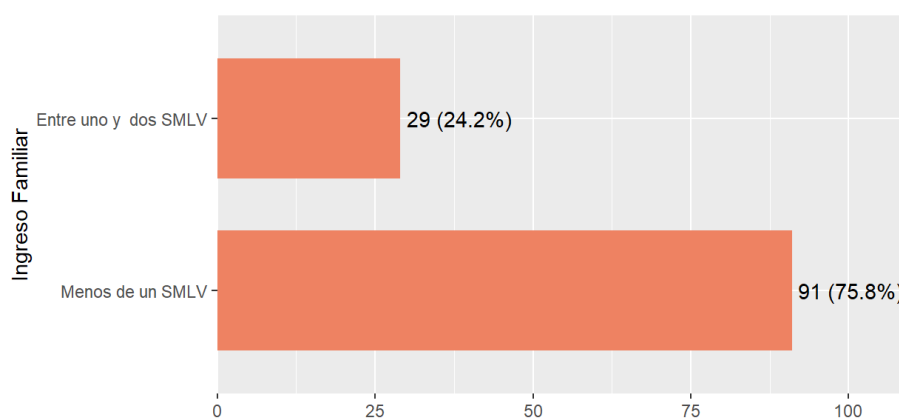
En Colombia los hogares son, en su gran mayoría, dependientes, es decir se acatan a un solo miembro del hogar, que por lo general es el miembro cabeza de familia o jefe del hogar. Por lo general, el miembro cabeza de familia o jefe de hogar resulta siendo hombre, sin embargo las mujeres han adquirido gran representación como jefe del hogar, principalmente debido al aumento de madres solteras y hogares uniparentales, en la que es cada vez más evidente la ausencia de uno de los dos padres.

En cuanto al ingreso mensual aproximado del grupo familiar para el caso de las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, se manejan 3 rangos de acuerdo a la encuesta de datos socioeconómicos, distribuidos así:

- Menos de \$781.242
- Entre \$781.243 y \$1.562.484
- Entre \$1.562.485 y más

A partir de la figura 7, se evidencia una clara concentración de mujeres cuyo grupo familiar tiene un ingreso menor de \$781.242, es decir, alrededor del 76% los grupos familiares no alcanzan siquiera un (1) salario mínimo mensual legal vigente. Esta información es relevante en la medida que esto muestra la precaria situación económica de las familias de las mujeres estudiadas, además hay que tener en cuenta que se ve reflejado los bajos ingresos que pueden estar generando con las unidades de emprendimientos que poseen estas mujeres. El escenario anteriormente planteado, puede estar condicionado en gran medida en lo planteado por Hundley (2001), quien afirma que

la tenencia de hijos menores de 6 años y las horas dedicadas al hogar disminuyen los ingresos por hora de las empresarias, ya que, la gran mayoría de estas mujeres tienen funcionando los emprendimientos en sus casas.



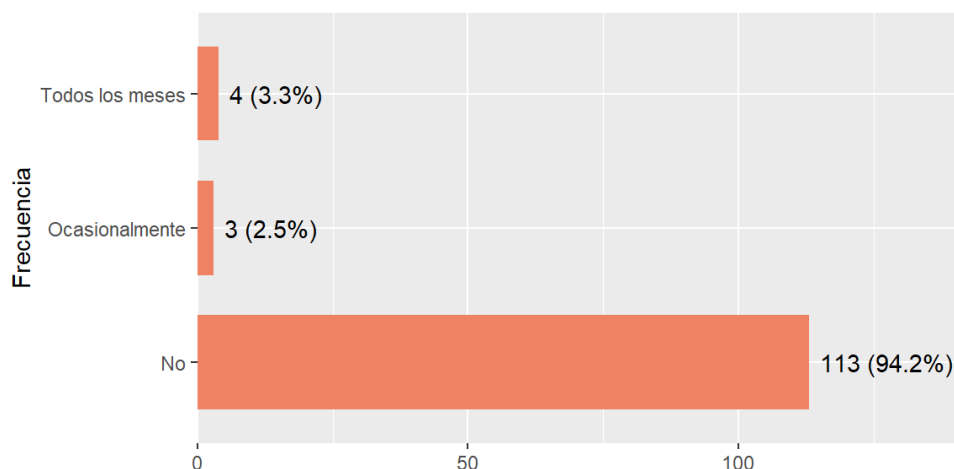
*Figura 7. Ingreso mensual aproximado del grupo familiar. Fuente: Encuesta de datos*

socioeconómicos; Cálculos: propios.

El 24% restante de estos grupos familiares se ubican en un rango de ingreso entre \$781.243 y \$1.562.484, es decir su nivel de ingresos puede ser igual o superior a un (1) salario mínimo mensual legal vigente, lo que se traduce en “mejores condiciones económicas” dentro del hogar.

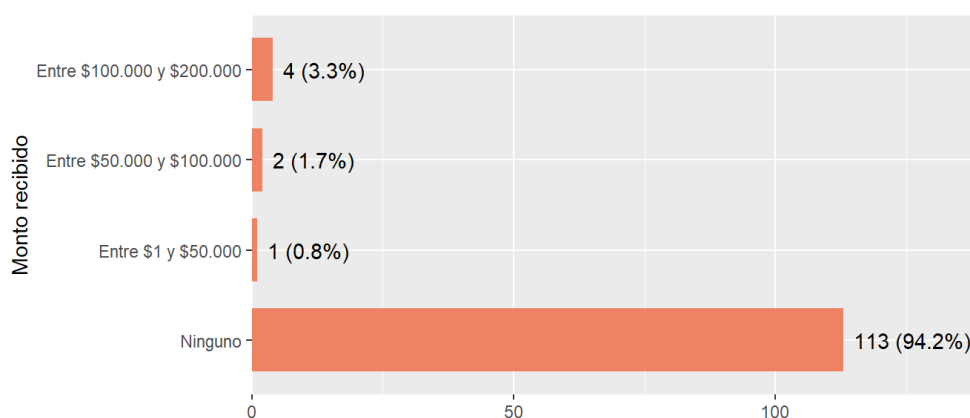
Por otra parte, se puede evidenciar también los conocidos ingresos adicionales, que pueden darse por remesas, ayudas familiares o subsidios.

Como se observa en el figura 8, para el caso de las mujeres microempresarias de Sincelejo solo el 5.8% de ellas afirma recibir un ingreso o ayuda económica adicional en su grupo familiar por parte de otras personas, mientras que el 94.2 % no lo hace; en este sentido el 3.3% de las mujeres que reciben ayuda económica adicional se benefician de ello en una frecuencia mensual, mientras que el 2.5% restante lo hace ocasionalmente.



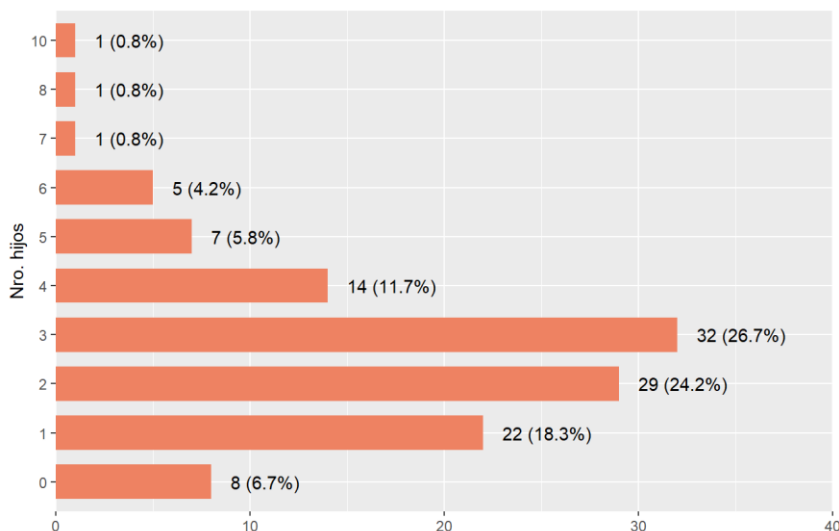
*Figura 8.* ¿Recibe alguna ayuda económica por parte de otras personas? Fuente: Encuesta de datos socioeconómicos; Cálculos: propios.

En cuanto al monto correspondiente a la ayuda económica recibida, el rango de ingreso oscila entre \$0 y \$150.000, de los cuales el mayor porcentaje recibe entre \$100.000 y \$150.000. En este sentido resulta muy significativo el hecho de que aproximadamente el 94% de estos grupos familiares no reciban ningún tipo de ayuda económica, haciéndolos un grupo dependiente de los ingresos del jefe o cabeza de hogar, de acuerdo a los resultados obtenidos en este estudio. Esta información la podemos ver en la figura N° 9, que se encuentra a continuación:



*Figura 9.* Cantidad aproximada de la ayuda mensual que recibe. Fuente: Encuesta de datos socioeconómicos; Cálculos: propios.

De igual manera, es importante analizar la cantidad de personas que dependen económicamente del jefe o cabeza de hogar, eso permite tener una aproximación en cuanto a cómo se distribuye el ingreso entre los miembros del hogar, o bien respecto al número de personas que conforman el hogar que tan suficiente es el nivel de ingresos del mismo.



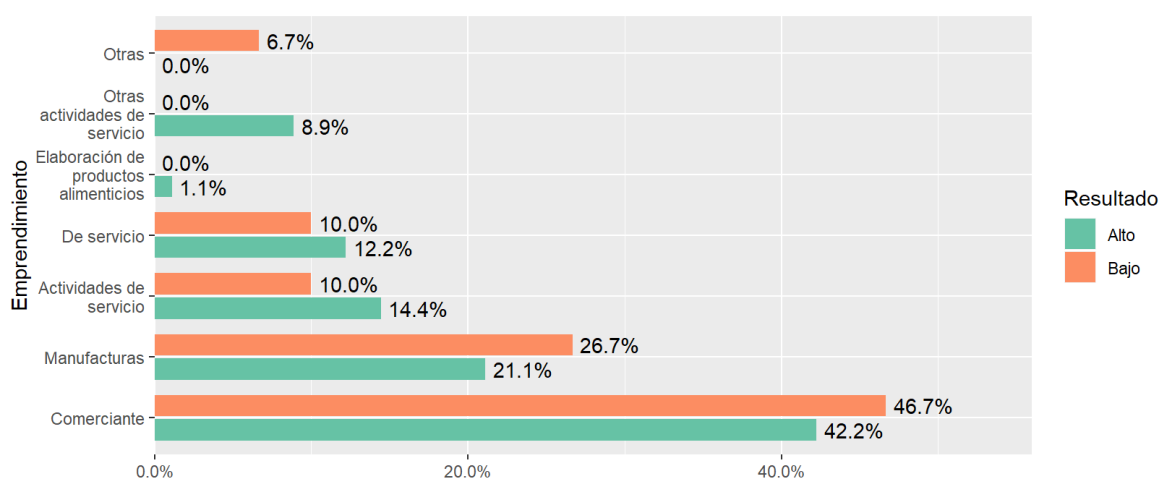
*Figura 10.* Número de personas que dependen económicamente de usted. Fuente: Encuesta de datos socioeconómicos; Cálculos: propios.

De acuerdo con la información de la figura 10, se puede observar que las mujeres estudiadas, tienen en su mayoría entre 1 y 3 personas a cargo, representado en un 68,3%. Seguido a esto se evidencia que un 5,8% tienen 5 personas a cargo, el 4,2% tienen 6 personas a cargo y el 2,4% restante poseen entre 7 y 10 personas a cargo. De lo anterior se deduce que para el caso de estas mujeres, el tener un número considerable de personas a cargo como se muestra en las cifras presentadas, se convierte en una limitante para el normal desarrollo o cumplimiento de sus compromisos como microempresarias y por ende en el nivel de resultado de los emprendimientos, siendo esto afirmado con lo planteado por Enríquez & Bernal (2014), las mujeres al tener mayor

número de personas a cargo poseen una carga mayor, ya que tienen la responsabilidad cuidar los hijos, realizar las actividades del hogar y generar ingresos para el mismo. (p. 61)

Es importante señalar que el 6,7% de estas mujeres no tienen ninguna persona a cargo, esto bien se puede dar porque pertenecen a un núcleo familiar biparental sin hijos, o bien son mujeres cuyo trabajo represente un ingreso adicional en un hogar donde el jefe de hogar, en este caso hombre, es quien lo sustenta.

#### **6.2.1.8. Actividad económica de los emprendimientos.**



**Figura 11.** Actividades económicas. Fuente: Encuesta de datos socioeconómicos; Cálculos: propios

Como se puede evidenciar en la figura 11, en lo relacionado a la clasificación de la actividad económica de los emprendimientos, se encontró que para las emprendedoras con bajos resultados representadas en un 46.7% y altos resultados con 42.2% desarrollan sus emprendimientos en el área comercial, es decir dichas mujeres comercializan con distintos productos a través de tiendas y abarrotes, venta de muebles, galerías y variedades en general; por otra parte, un 26,7% de las mujeres con bajos resultados y un 21.1% con altos resultados poseen

emprendimientos en el área de manufactura en lo referente a talleres de modistería, artesanías y fabricación de calzados, el resto de las microempresarias con altos resultado que son el 21% y el 10% con bajos resultados se ubican en el sector de servicios, describiendo estos en el marco de droguerías, café internet, todo tipo de alquiler, peluquería y belleza.

La anterior clasificación, parte de la Clasificación de Actividades Económicas – CIIU Revisión 4 adaptada para Colombia, establecida por Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, (Resolución N° 66, 2012).

Asimismo, los resultados en cuanto a las actividades económicas de los emprendimientos con altos y bajos resultados liderados por mujeres en la ciudad de Sincelejo y su tendencia hacia el sector de servicios y comercial, concuerdan con lo encontrado en el estudio realizado por el Fondo Multilateral de Inversiones (Fomin) denominado “Índice del entorno empresarial para emprendedoras”, el cual analiza los perfiles, retos y necesidades de las emprendedoras de alto crecimiento e identifico que en comparación con los emprendedores, las emprendedoras se ubican en sectores cotidianos tales como bebidas, alimentación, servicios y comercio, mientras que los hombres en áreas de innovación en computación (BID, 2013.)

### **6.3 Técnica e Instrumentos de Recolección de la Información**

Para el desarrollo de la investigación se llevó a cabo la técnica de visita domiciliaria con el objetivo de hacer el acercamiento en el contexto natural (lugar de residencia o en la unidad de emprendimiento) de las participantes para la firma de los consentimientos informados y la aplicación de los instrumentos.

Los instrumentos utilizados para la recolección de la información se encuentran definidos a continuación:

La Escala de Autoeficacia General basada en los planteamientos de Bandura (1977), versión en español de Bähler, Schwarzer y Jerusalem (1996) citado en Sanjuán, Pérez & Bermúdez (2000), hace referencia al sentimiento de confianza en las capacidades propias para manejar los estresores.

La escala consta de 10 ítems con formatos de respuesta de escalas de tipo Likert de 4 rangos; 1 = Incorrecto, 2 = Apenas Cierto, 3 = Más bien cierto, 4 = Cierto; el cual debe de colocar una X en cada ítem, sobre el rango que considere más adecuada a su criterio. El punto más alto demuestra el nivel más alto de autoeficacia percibida por los sujetos y el punto más bajo, reflejará un bajo nivel de autoeficacia. El valor máximo a obtener es de 40 puntos, cuando el puntaje mínimo es 10 puntos, Sanjuán, Pérez & Bermúdez (2000).

EAG ha mostrado una consistencia interna (entre 0.79 y 0.93), en los diferentes estudios llevados a cabo en países como Alemania, Costa Rica, etc. Sanjuán, Pérez & Bermúdez (2000).

Guía de entrevista sobre prácticas y estrategias de socialización y alfabetización económica. La guía fue adaptada de Marianela Denegri para las familias de la ciudad de Barranquilla en las investigaciones desarrolladas en la línea de investigación de comprensión de conceptos económicos (Amar, et al., 2005).

Una escala de evaluación del nivel de alfabetización económica TAE-A, que evalúa el nivel de comprensión de conceptos y prácticas necesarias para un desempeño económico eficiente.

Según (Gemmp, Denegri, Caripán, Catalán, Hermosilla y Caprile, 2007) citado en Llanos (2013) afirma que:

El TAE-A es un instrumento que mide bagaje conceptual económico básico para comprender la vida económica cotidiana, a través de 23 ítems. Cada uno de ellos consta de cuatro alternativas de respuesta, de las cuales una es correcta y las restantes representan diferentes grados



de incorrección. Su método de puntuación es dicotómico: 0 puntos para la alternativa incorrecta, regular o buena y 1 punto para la alternativa óptima, vale decir, con un puntaje máximo de 23 puntos.

Su índice de consistencia interna, Alfa de Cronbach, es igual a 0.84, y los coeficientes de discriminación calculados como la correlación ítem total corregida se encuentran en el rango entre  $r=.32$  y  $r=.43$ . Los índices de dificultad se distribuyen progresivamente entre  $p=.24$  y  $p=.76$ , con cargas factoriales en el primer factor no rotado que se encuentran entre .33 y .62 (Gempp, et al., 2007). El instrumento fue adaptado para las familias de la ciudad de Barranquilla en las investigaciones desarrolladas en la línea de investigación de comprensión de conceptos económicos (Amar, et al., 2005).

Una escala de Hábitos y Conductas de Consumo, la cual permitirá conocer los hábitos reflexivos y los hábitos compulsivos en relación a las conductas de compras en la población estudiada (Denegri, Palavecinos, Ripoll y Yáñez, 1999).

Según Denegri et al. (1999) citado por Llanos (2013) la escala:

...Consta de 19 ítems que evalúan el grado en que los sujetos desarrollan cotidianamente determinadas conductas de compra, en una escala de respuesta de tres opciones <sí, a veces, no>. A través de análisis factoriales exploratorios se aislaron dos factores que fueron denominados <conductas impulsivas> y <conductas reflexivas> de consumo. Sin embargo, el presente instrumento ha sido adaptado y las opciones de respuestas que se manejan son: <casi nunca, algunas veces, a menudo, casi siempre>.

Las cualidades psicométricas de la escala, cuya estructura factorial fue definida en una investigación de Denegri, et al. (1999), muestra que es posible distinguir claramente dos factores diferenciados, que en conjunto explicaron el 63,7 % de la varianza total. Ocho de sus 27 ítems

fueron excluidos al no alcanzar el peso factorial requerido. El primer factor fue designado como <Conductas Reflexivas de Consumo>, compuesto de 15 ítems responsables del 35,23% de la varianza. Los elementos presentes en este componente permiten establecer un perfil de consumidor eficiente y eficaz. El segundo factor, al que denominaron <Conductas Impulsivas de Consumo>, aglutinó 4 ítems que permitieron explicar el 28,75% de la varianza. En términos de sus autores, los reactivos presentes en este factor permiten establecer el perfil del consumidor que tiene mayores probabilidades de efectuar compras impulsivas o poco eficaces, y de utilizar el crédito como forma habitual de acceso a los bienes. (p.144)

Una escala de Actitudes hacia el Endeudamiento, fue desarrollada por Denegri, et al., (1999) siguiendo una estrategia factorial, citado en Llanos (2013), de la siguiente manera:

Consta de 10 ítems distribuidos en dos factores ortogonales, denominados respectivamente <Actitud Austera frente al endeudamiento> y <Actitud Hedonista frente al endeudamiento>. Mientras la primera incluye actitudes de cautela y reserva frente al endeudamiento, la segunda incluye actitudes proclives a contraer deudas sin evaluar las consecuencias. Esta escala posee un formato tipo Likert con cuatro opciones de respuesta, <muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo y muy en desacuerdo>, puntuando 1, 2, 3 y 4 respectivamente.

El análisis de ítems fue realizado de acuerdo a la Teoría Clásica de los Test (TCT). Para cada factor se analizó la capacidad de discriminación de sus ítems a través de la correlación ítem total corregida calculada con el coeficiente  $r$  de Pearson. En el factor 1 <Austeridad>, se observaron correlaciones ítem total corregidas altamente significativas entre los ítems 4, 6, 7, 8, 9 y el puntaje total del factor 1 ( $r = 0.62$ ;  $r=0.62$ ;  $r=0.5$ ;  $r=0.72$  y  $r=0.75$  respectivamente). En el caso del factor 2 <Hedonismo>, se observaron correlaciones ítem total corregidas altamente

significativas entre los ítems 1, 2, 11 y el puntaje total del factor 2 ( $r = 0.46$ ;  $0.42$  y  $0.3$  respectivamente).

Los índices de confiabilidad por consistencia interna para cada una de ellas son adecuados. Para el factor 1 <Austeridad> con un total de 5 ítems se obtuvo un alpha adecuada ( $\text{Alpha} = 0,84$ ). Para el factor 2 <Hedonismo> con un total de 3 ítems se obtuvo un alpha considerada suficiente debido a su reducido número de ítems ( $\text{Alpha} = 0,58$ ).

Un cuestionario que permitirá caracterizar la estructura familiar de las mujeres microempresarias: composición familiar, tipo de familia, edad, nivel educativo y ocupación de sus integrantes, ingresos y jefatura del hogar. Utilizado por (Abello, Llanos, Toro, Herazo, & Castaño, s.f) en el estudio, Factores críticos en el éxito de microempresarias mujeres en ciudades de la costa caribe colombiana.

#### **6.4 Procedimiento**

La investigación se llevó a cabo a partir de las siguientes fases:

Fase 1: Revisión bibliográfica, elaboración del estado del arte y redacción del proyecto.

Fase 2: Se realizaron visitas a las instituciones públicas y privadas que apoyan iniciativas emprendedoras para la identificación de la población, entre la cuales estuvieron: El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Si Emprende Sincelejo y la Cámara de Comercio de la ciudad.

A partir de lo anterior, solo se pudo determinar una base de datos de mujeres microempresarias por parte del Si Emprende como población objeto de estudio.

Fase 3: Socialización de la propuesta de investigación ante directivos del Si Emprende con el objetivo de dar a conocer la finalidad e importancia de la misma a nivel académico y científico, donde se obtuvo el aval y el acceso a la base de datos para el posterior acercamiento a la población.

Fase 4: Primer contacto con la población sujetos de estudio, a partir de llamadas telefónicas para su ubicación, explicación del objetivo del estudio y permiso de acercamiento directo para la firma de consentimientos informados y la aplicación de instrumentos.

Fase 5: Acercamientos directo mediante la técnica de visita domiciliaria en la vivienda o negocio en los diferentes barrios donde se encuentran ubicados los mismos, seguido a ello, se les socializa el objetivo del estudio y se obtiene la firma de los consentimientos informados por parte de las mujeres que voluntariamente decidieron participar, y finalmente la aplicación total de instrumentos a la muestra seleccionada.

Fase 6: Tabulación y análisis de los datos por medio del programa R Project Versión 3.5.1 para Windows.

Fase 7: Elaboración del informe final y del artículo científico a partir de los resultados obtenidos.

## **7. Resultados y análisis**

### **7.1 Alfabetización Económica de mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre, con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento**

La alfabetización económica hace referencia a los conocimientos en relación a economía básica y finanzas que le permite a las personas comprender su mundo económico, comprendiendo las situaciones que de una u otra forma los afecta ya sea directa o indirectamente, esto le va a permitir la toma de decisiones acertadas y controlar su futuro económico, (Iqbal, 2003).

Según Yamane (1997) la alfabetización económica se consolida como un constructo que engloba un conjunto de conceptos, destrezas, habilidades y actitudes, los cuales se convierten en herramientas que le permiten al individuo conocer y comprender su entorno económico, cercano y global, y al mismo tiempo facilita la eficiente toma de decisiones con base en los recursos financieros.

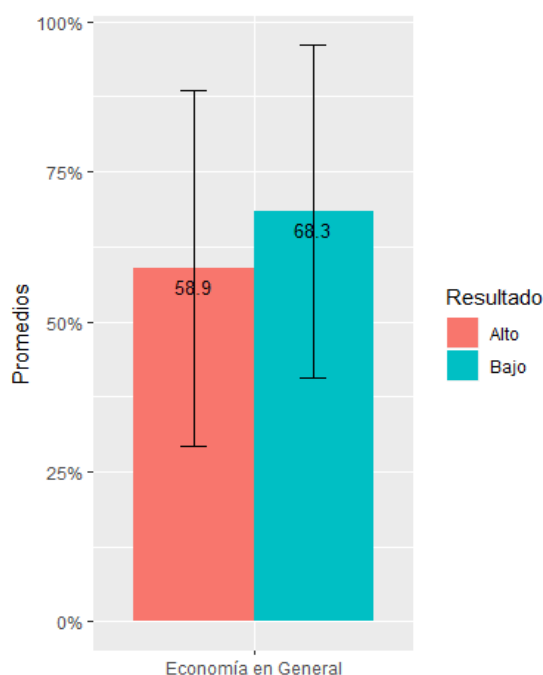
De acuerdo con lo anterior, entonces se dice que un individuo está alfabetizado económicamente cuando cuenta con las mínimas herramientas conceptuales y de procedimiento para comprender y entender su mundo económico, interpretar los eventos que le pueden afectar de forma directa o indirecta, y tomar decisiones sobre un gran número de problemas que se puede encontrar en su vida cotidiana (Buckles y Melican, 2002).

Para la medición del grado de alfabetización de las mujeres empresarias que fueron objeto de estudio se tuvo en cuenta la TAE-A como instrumento principal, la cual aborda los conocimientos sobre economía que se hallan categorizados en cuatro áreas de la economía global: economía fundamental, microeconomía, macroeconomía y economía internacional.

### 7.1.1 La economía fundamental.

*La economía fundamental* es definida como la "Ciencia que estudia a los individuos y organizaciones que se dedican a la producción, al intercambio y consumo de bienes y servicios o bien, el estudio de la distribución de los recursos escasos para satisfacer las necesidades humanas" (Salvatore, y Diulio, (1982a). En esta área de la economía se estudian temas de economía general como: Conceptos de Bien, Servicio, Recurso Productivo & Sistemas Económicos.

En términos de economía general se abordan los temas de conceptos de bien, servicio y recurso productivo y sistemas económicos a partir de la obtención de datos mediante la aplicación del Test de Alfabetización Económica (TAE), estableciendo así, para las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento, la siguiente Figura:



*Figura 12.* Economía General. Fuente: Escala de Alfabetización económica: Cálculos: propios.

La figura 12, evidencia la apropiación de conocimientos en términos de economía general tales como conceptos de bien, servicio, recurso productivo y sistemas económicos, entre otras, se pudo establecer que el 58,9% de las mujeres microempresarias con altos resultados en sus unidades de emprendimiento poseen conocimientos relacionados con economía general, respecto a un 68,3% correspondiente a las mujeres microempresarias con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.

Lo anterior, muestra una situación bastante particular; tenemos que el porcentaje de mujeres microempresarias con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento presentan mayor conocimiento en el área de economía fundamental, con relación a las mujeres microempresarias con altos resultados en sus unidades de emprendimiento. Esto nos permite deducir que a pesar de que muchas mujeres poseen los conocimientos necesarios en términos del manejo de temas como conceptos de bien, servicio, recurso productivo y sistemas económicos, estos no logran ser lo suficientemente significativos a la hora de obtener buenos resultados al momento de poner en marcha y desarrollar una unidad de emprendimiento.

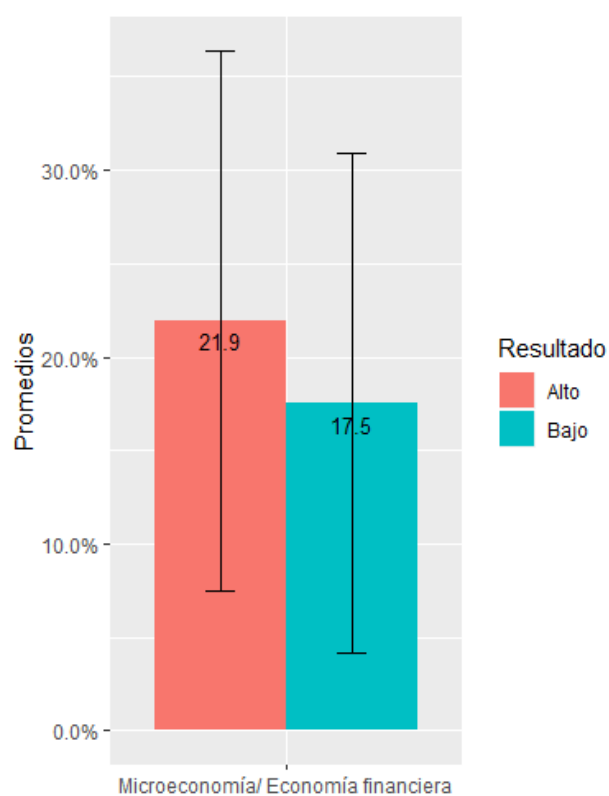
### **7.1.2 Microeconomía.**

Salvatore, y Diulio, (1982c), Definen la microeconomía como "el estudio del comportamiento económico de unidades individuales de toma de decisión, como los consumidores, propietarios de recursos y empresas. En esta área se tocan temas como: Concepto de mercado, concepto de oferta, demanda y precio, concepto de costo y producción bancos y su funcionamiento, mercado de valores.

La microeconomía aborda el proceso de toma de decisiones económicas desde el punto de vista individual de cada individuo dentro de la economía. Según Guerrien & Jallais (2008), es en la microeconomía donde el individuo o consumidor tiene el rol más importante, pues sus gustos o

preferencias determinan la demanda final de bienes, y por ende la producción total de bienes en su conjunto.

A partir de la obtención de datos mediante la aplicación del Test de Alfabetización Económica (TAE), se pudo establecer para las mujeres microempresarias de la ciudad de la ciudad de Sincelejo con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento, la siguiente figura:



*Figura 13.* Microeconomía. Fuente: Escala de Alfabetización económica: Cálculos: propios.

A partir de la figura 13, en cuanto a la apropiación de conocimientos en términos de microeconomía tales como créditos, precio, oferta y demanda, entre otras, se pudo establecer que el 21,9% de las mujeres microempresarias con altos resultados en sus unidades de emprendimiento



poseen conocimientos relacionados con microeconomía, respecto a un 17,5% correspondiente a las mujeres microempresarias con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.

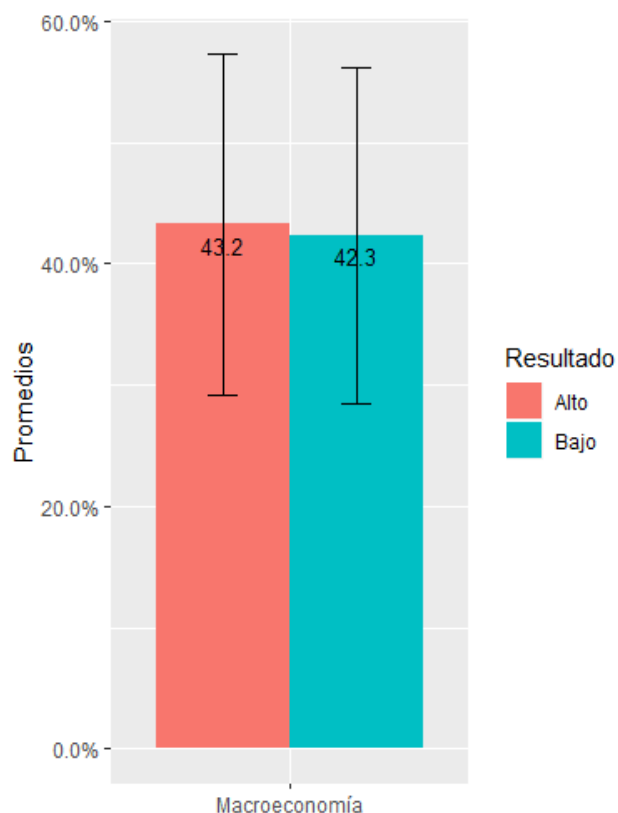
Lo anterior nos muestra una diferencia del 4,4% entre mujeres con altos y bajos resultados de emprendimiento; aunque la diferencia no suele ser tan amplia, se puede deducir que tener mayor conocimiento en relación de créditos, tasas de interés, movimiento de la oferta y demanda, ley de precios y comportamiento del mercado y de los individuos, puede resultar significativo al momento de plantear estrategias que permitan la obtención de altos resultados en las unidades de emprendimiento.

### **7.1.3 Macroeconomía.**

Salvatore, y Diulio, (1982cb) definen la *macroeconomía* como "el estudio del nivel agregado de la actividad de la economía, como el nivel total de la producción, el nivel del ingreso nacional, el nivel global de empleo y el nivel general de precios de la economía, vistos como un conjunto". Entre los temas abordados en esta área de la economía están: Producto Nacional, Ingreso o Renta Nacional, Concepto de Consumo, Inversión, Gasto Público y Exportaciones Netas, Inflación, Desempleo, Ciclo Económico: Auge y Recesión, Crecimiento Económico y Desarrollo Económico, Política Económica: Fiscal, Monetaria y Cambiaria y Oferta y Emisión monetaria / Dinero y sus usos.

La macroeconomía analiza la economía como un todo en lugar de estudiar de manera individual o por empresa los patrones de consumo y producción de los mismos, o de un grupo de familias o familia aislada. La macroeconomía aborda el estudio de los factores que determinan la producción nacional.

A partir de la obtención de datos mediante la aplicación del Test de Alfabetización Económica (TAE) se pudo establecer, para las mujeres microempresarias de la ciudad de la ciudad de Sincelejo con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento, la siguiente Figura:



*Figura 14.* Macroeconomía. Fuente: Escala de Alfabetización económica: Cálculos: propios.

La figura 14, muestra la apropiación de conocimientos en términos de macroeconomía tales como impuesto de valor agregado (IVA), deflación, dinero, producto interno bruto (PIB), política económica, entre otras, se pudo establecer que el 43,2% de las mujeres microempresarias con altos resultados en sus unidades de emprendimiento poseen conocimientos relacionados con macroeconomía, respecto a un 42,3% correspondiente a las mujeres microempresarias con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.

Lo anterior nos presenta un panorama muy claro, a pesar de que las mujeres tienen los suficientes conocimientos en temas fundamentales de macroeconomía, la diferencia de proporción

es mínima entre los grupos de unidades de emprendimiento que tienen resultados bajos en sus unidades con respecto a las emprendedoras que si tienen resultados altos en sus unidades productivas, para el caso de las mujeres microempresarias de Sincelejo.

#### **7.1.4 Economía internacional.**

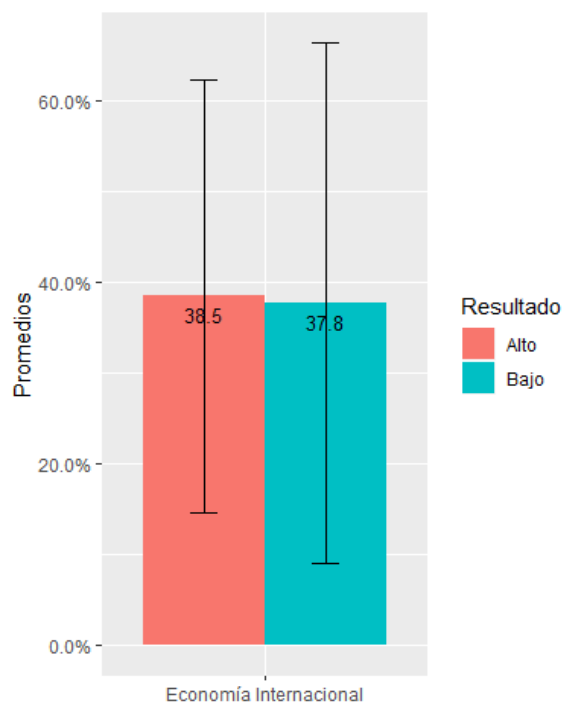
Es el conjunto de relaciones productivas, comerciales, financieras, monetarias, sociales y políticas que conforman el orden económico mundial. Termino que se aplica a las relaciones de comercio entre países. Vizcarra, (2014). Y relacionada con los conceptos de importación, exportación, tipo de cambio y arancel.

Según lo expresan Krugman, Obstfeld & Melitz. (2012),

La economía internacional utiliza los mismos métodos fundamentales de análisis que las otras ramas de la economía, porque la motivación y la conducta de los individuos y de las empresas son las mismas, tanto en el comercio internacional como en las transacciones doméstica (p. 3).

A partir de la obtención de datos mediante la aplicación del Test de Alfabetización Económica (TAE) con relación al tema de economía internacional se pudo establecer, para las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento la figura,15 teniendo en cuenta los temas de Arancel y Tipo de Cambio.

A partir de la figura 15, en cuanto a la apropiación de conocimientos en términos de economía internacional tales como arancel y tipo de cambio, se pudo establecer que el 38,5% de las mujeres microempresarias con altos resultados en sus unidades de emprendimiento poseen conocimientos relacionados con macroeconomía, respecto a un 37,8% correspondiente a las mujeres microempresarias con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.



*Figura 15.* Economía internacional. Fuente: Escala de Alfabetización económica: Cálculos propios.

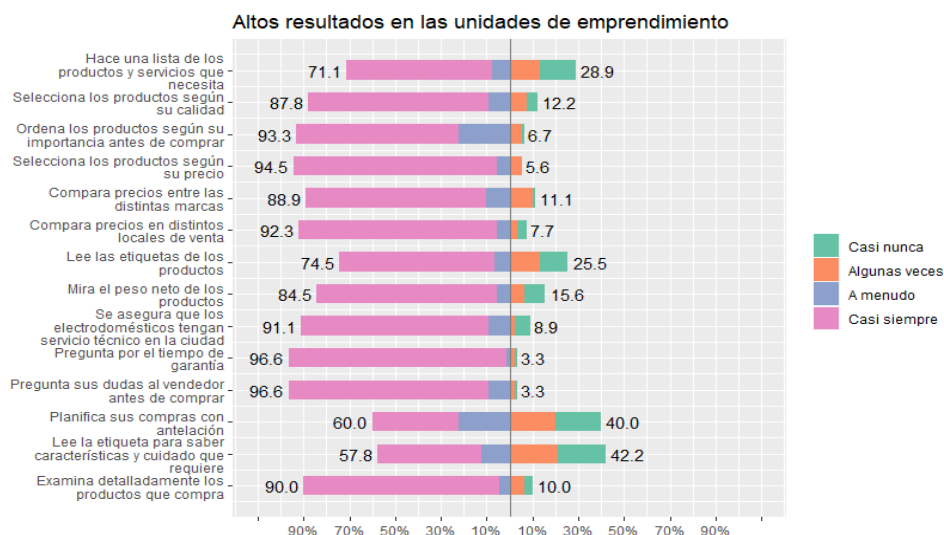
Lo anterior muestra, que a pesar de que las mujeres tienen los suficientes conocimientos en temas fundamentales de economía internacional, estos conocimientos no marcan diferencia, entre las unidades productivas de resultados bajos, frente a las unidades productivas de resultados altos, para el caso de las mujeres microempresarias de Sincelejo la diferencia es mínima entre los dos grupos.

## 7.2. Conductas de Consumo

A partir de los aportes de (Robertson et al. 1984, Denegri et al. 1999 citados por Herrera, Estrada y Denegri, 2011), se analiza lo que respecta a la variable conductas de consumo, entendida esta como toda actividad llevada a cabo por una persona para seleccionar un producto o servicio en aras de satisfacer necesidades y deseos. Para el análisis se tiene en cuenta los perfiles o estilos reflexivo e impulsivo relacionados con los hábitos de consumo expuestos por Denegri et al. (1999).

Por lo anterior, se utiliza la escala de medición desarrollada por Denegri et al. (1999).

### 7.2.1 Hábitos Reflexivos.

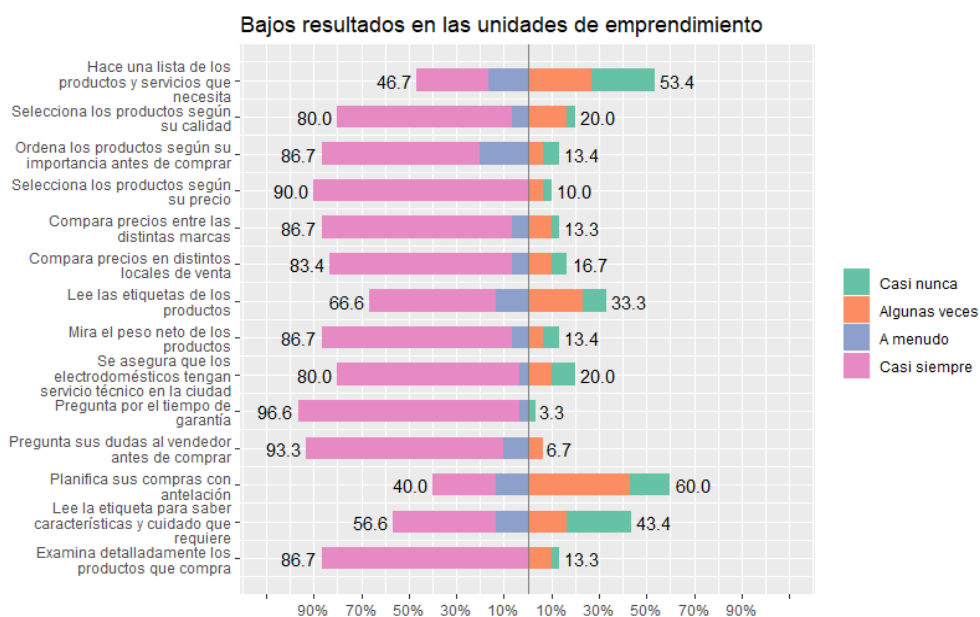


*Figura 16.* Conductas de Consumo- Hábitos Reflexivos. Fuente: Escala de Conductas de Consumo: Cálculos: propios.

A partir de la figura 16, se puede evidenciar que para el caso de las mujeres emprendedoras con altos resultados en sus unidades de emprendimiento, se presenta un elevado nivel de hábitos reflexivos, lo que indica que poseen costumbres de compras tendientes al análisis de los productos que van a adquirir, siendo medidas y racionales a la hora de adquirir productos; sin embargo en relación a la pregunta directa acerca de planificación de las compras con antelación, un 40% de estas mujeres manifiestan que lo hacen algunas veces o casi nunca.

La figura 17, evidencia que las mujeres con bajos resultados en sus unidades de emprendimientos muestran que poseen un alto nivel de hábitos reflexivos; pero a su vez se puede ver que el 60% de estas emprendedoras, algunas veces o casi nunca realiza una planificación con

antelación de las compras que realizan, de igual forma con las mismas opciones de respuesta y representado en un 53.4% hace una lista de los productos o servicios que necesita.



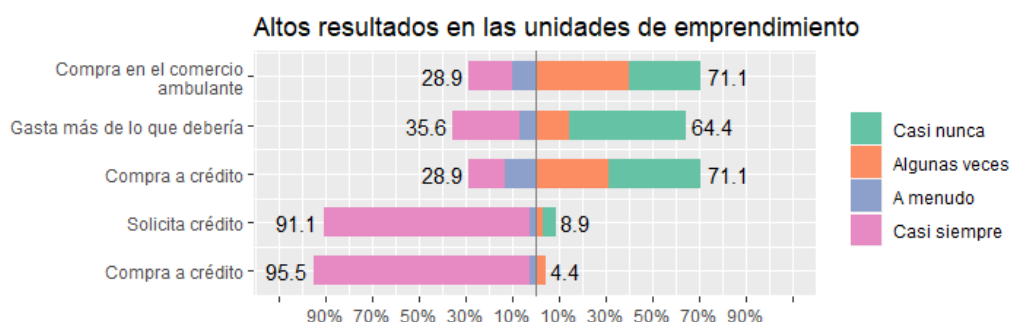
*Figura 17.* Conductas de Consumo- Hábitos Reflexivos. Fuente: Escala de Conductas de Consumo: Cálculos: propios.

Para ambos grupos de mujeres emprendedoras con altos y bajos resultados de sus unidades de emprendimientos se puede evidenciar (Figuras 16 y 17) que presentan hábitos reflexivos en sus conductas de compras.

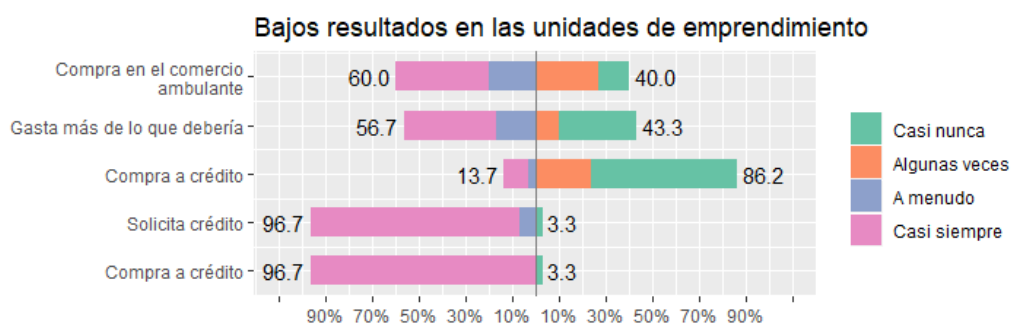
### 7.2.2 Hábitos Impulsivos.

En relación a la conducta de hábitos impulsivos para el grupo de mujeres con altos resultados se puede apreciar en la figura 18, que es concordante con la conducta de hábitos reflexivos encontrada anteriormente para este mismo grupo, ya que se ve reflejado en su abstencionismo de gastar más de lo que debería, esto se evidencia atendiendo a las respuestas de

algunas veces y casi nunca representadas en un 64%, también se le suman los aspectos de disminuir las compras a crédito, y si solicita crédito, pregunta por las tasas de interés, el incremento del precio final y compara las tasas de interés en distintos locales con un 91.% y 95.5% respectivamente.



*Figura 18.* Conductas de Consumo- Hábitos Impulsivos. Fuente: Escala de Conductas de Consumo: Cálculos: propios.



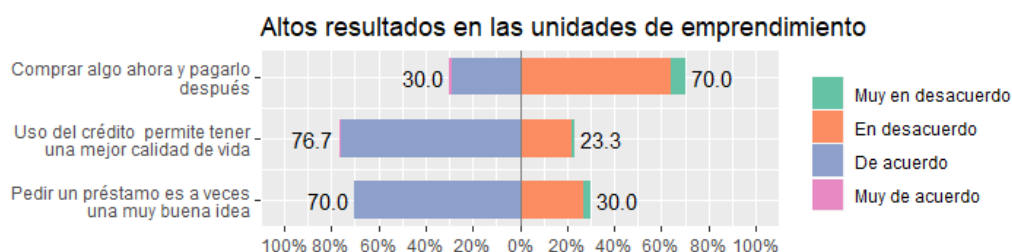
*Figura 19.* Conductas de Consumo- Hábitos Impulsivos. Fuente: Escala de Conductas de Consumo: Cálculos: propios

Para el caso de las emprendedoras con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento se evidencia a partir de la información visualizada en la figura 19, que estas a pesar de tener un alto nivel de hábitos reflexivos como se mencionó anteriormente, también presentan hábitos de consumo a gastar más del que deberían, representadas en un porcentaje 56.7% en las respuestas de a menudo y casi siempre de esta pregunta. Sin embargo, se reafirma que un porcentaje superior de las mismas 86.2% con respecto a las mujeres con altos resultados, casi nunca o algunas veces compran a crédito, y adicional a esto se encontró que un 96.7% de las mujeres si solicitan crédito, pregunta por las tasas de interés, el incremento del precio final y compara las tasas de interés en distintos locales comerciales.

En lo que respecta a esta variable para el caso de los dos grupos de mujeres con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento se pudo establecer que ambos grupos poseen conductas de consumo reflexivas.

### 7.3 Actitudes hacía el endeudamiento

#### 7.3.1 Estilo Hedonista.

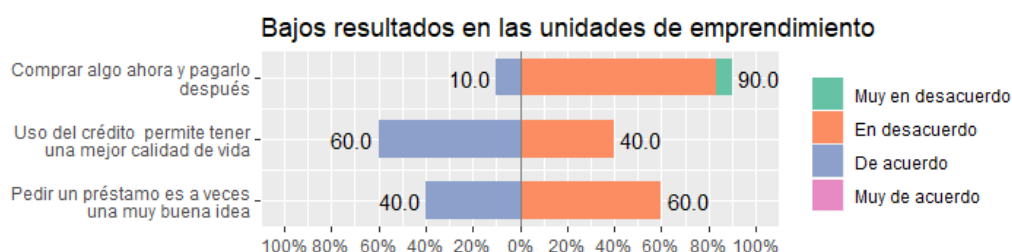


*Figura 20.* Actitudes hacía el endeudamiento - Estilo Hedonista. Fuente: Escala de Actitudes frente al endeudamiento: Cálculos: propios.

El grupo de mujeres con altos resultados en sus unidades de emprendimiento según la información obtenida y visibilizada en la figura 20, en lo que respecta al estilo hedonista en el



marco de las actitudes hacia el endeudamiento representada en un 70% de estas, considera que está en desacuerdo o muy en desacuerdo en que es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después y al mismo tiempo este mismo porcentaje refiere que pedir un préstamo es a veces una muy buena idea, , por otra parte el 76.7% considera el crédito como una vía para mejorar la calidad de vida. Para el caso de este grupo se presenta una actitud hedonista medianamente alta, teniendo en cuenta que el uso del crédito se convierte en una herramienta que les permite suplir necesidades y mejorar sus condiciones.

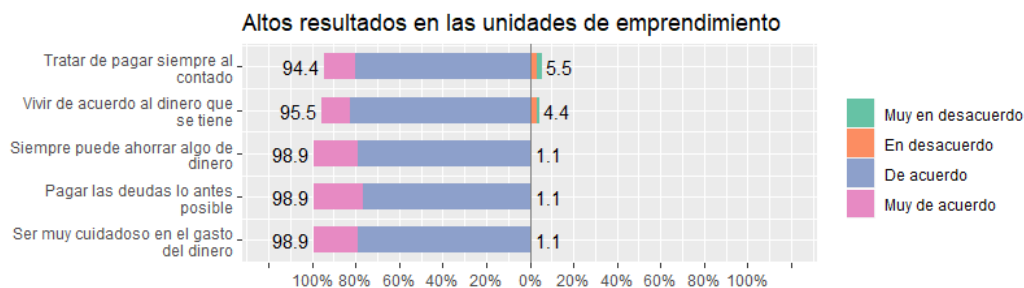


*Figura 21.* Actitudes hacia el endeudamiento - Estilo Hedonista. Fuente: Escala de Actitudes frente al endeudamiento: Cálculos: propios.

Como se puede evidenciar en la figura 21, para el grupo de mujeres con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento se encontró que el 90% de este grupo está en desacuerdo o muy en desacuerdo en que es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después, en concordancia con la respuesta dada al estar en desacuerdo en un 60% en que pedir un préstamo es a veces una muy buena idea, sin embargo un 60% de estas mujeres manifiestan que el uso del crédito puede convertirse en una vía para mejorar la calidad de vida de las personas. Es decir que para el caso de este grupo en menor grado se presenta una actitud hedonista, en donde no conciben el crédito como una vía frecuente para la adquisición de bienes y servicios y satisfacción de necesidades, (Denegri et al. 1999).

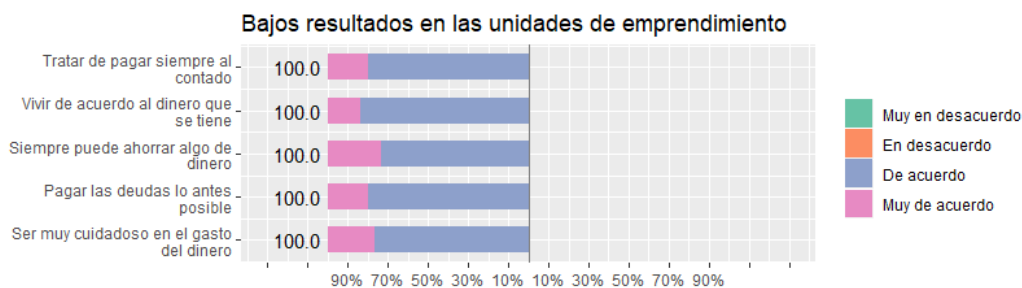
En resumen para el grupo con resultados altos en sus unidades de emprendimiento presentan en menor grado una actitud hedonista frente al endeudamiento, en donde

### 7.3.2 Estilo Austero.



*Figura 22.* Actitudes hacía el endeudamiento - Estilo Austero. Fuente: Escala de Actitudes frente al endeudamiento: Cálculos: propios.

En lo relacionado con el estilo austero del grupo de emprendedoras con altos resultados en sus unidades de emprendimiento como lo muestra la figura 22, se encontró que mantienen una posición cautelosa hacía al endeudamiento teniendo en cuenta el uso adecuado del dinero, evitando gastos excesivos y promoviendo el ahorro.



*Figura 23.* Actitudes hacía el endeudamiento - Estilo Austero. Fuente: Escala de Actitudes frente al endeudamiento: Cálculos: propios.

Para el caso del grupo de mujeres con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento, como se evidencia en la figura 23, en su totalidad manifiestan un estilo Austero, teniendo en cuenta el uso tradicional de dinero, siendo prudentes a la hora de administrarlo, adquiriendo solo lo necesario y promoviendo el ahorro en todo.

#### **7.4 Nivel de Autoeficacia de mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, Sucre, con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento.**

La autoeficacia es definida como la percepción que tiene una persona de sí misma acerca de la capacidad para llevar a cabo un trabajo específico y tener el control para asumir este (Sánchez, 2010). Es así como diferentes autores consideran que este aspecto es muy importante a la hora de valorar la confianza que tienen las personas en sí mismas, también se evidencia su relación directa con el emprendimiento, convirtiéndose en un determinante de éxito o fracaso en el mismo (Langowitz y Minniti, 2007, Markman, Balkin, y Baron 2001).

Para la medición de la autoeficacia, fue diseñado el instrumento que permite la valoración de esta en población adulta, propuesta por (Baessler y Schwarzer, 1996, citado en Archila 2009, Sanjuán, Pérez & Bermúdez 2000), la cual “evalúa el sentimiento estable de competencia personal para manejar de forma eficaz una gran variedad de situaciones estresantes” (Sanjuán, Pérez & Bermúdez ,2000).

El instrumento consta de 10 ítems con formatos de respuesta de escalas de tipo Likert de 4 rangos; 1 = Incorrecto, 2 = Apenas Cierto, 3 = Más bien cierto, 4 = Cierto; se debe marcar con una X en cada ítem, sobre el rango que considere más adecuada a su criterio. El punteo más alto demuestra el nivel más alto de autoeficacia percibida por los sujetos y el punteo más bajo, reflejará un bajo nivel de autoeficacia. El valor máximo a obtener es de 40 puntos, cuando el puntaje mínimo es 10 puntos, Sanjuán, Pérez & Bermúdez (2000).

Para efectos del presente estudio la escala fue aplicada a una población de 120 mujeres, de las cuales 90 presentan altos resultados en sus emprendimientos y 30 bajos resultados respectivamente. Por lo anterior, se obtuvieron los siguientes resultados:

**Tabla 1.** *Nivel de autoeficacia en emprendedoras con altos y bajos resultados*

<i>nivel de autoeficacia</i>	<i>Resultado</i>		<i>Total</i>
	Alto	Bajo	
Nivel bajo 2	1	0	1
	1,1%	0,0%	0,8%
Nivel medio 3	5	3	8
	5,6%	10,0%	6,7%
Nivel alto 4	84	27	111
	93,3%	90,0%	92,5%
Total	90	30	120
	100 %	100 %	100 %

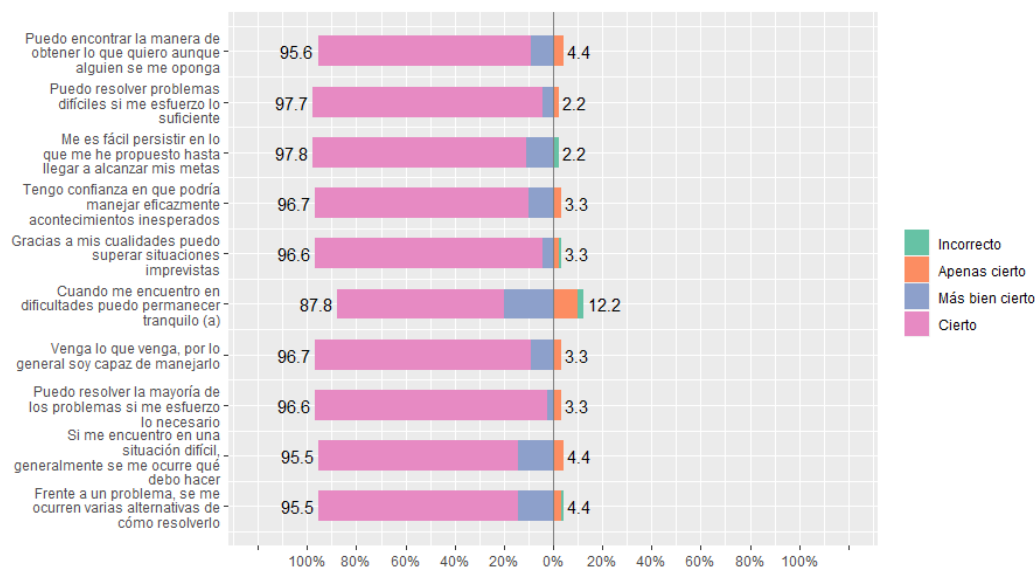
Fuente: Cálculos propios. Escala de autoeficacia

Para el grupo de mujeres con altos resultados de sus emprendimientos como lo muestra la tabla 1, se determinó que el 93.3% de las emprendedoras presenta una alta autoeficacia, mientras que el porcentaje restante 5,6% y 1,1% una autoeficacia media y baja respectivamente.

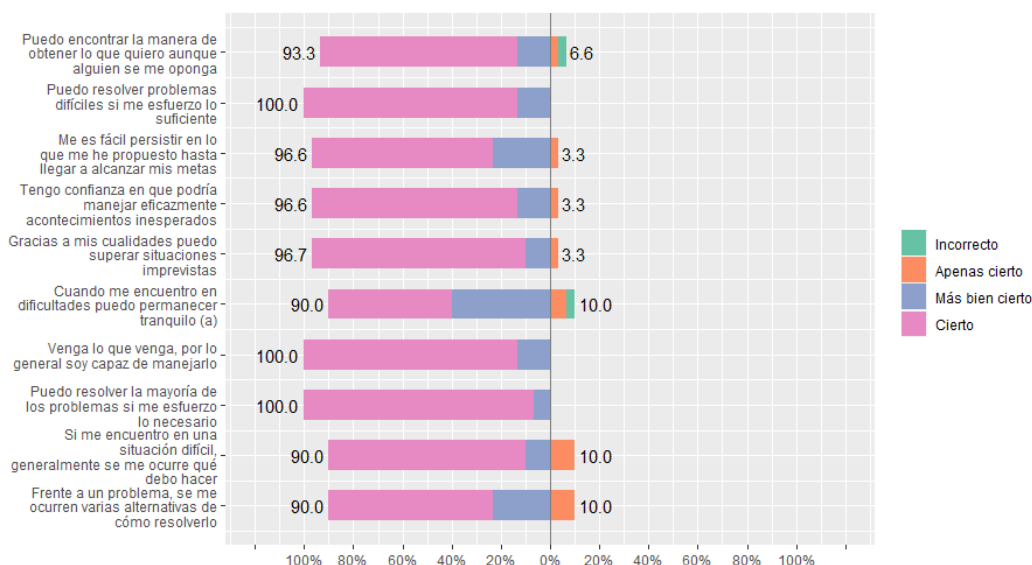
Por otra parte, para el grupo de mujeres con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento se identificó que el 90% tiene un nivel de autoeficacia alto y el 10% restante un nivel medio.

A partir de estos resultados obtenidos, se puede observar que un elevado porcentaje para ambos grupos presenta un alto nivel de autoeficacia, lo que demuestra que para el caso de las mujeres emprendedoras abordadas, la autoeficacia no es significativa en el nivel de resultados de sus unidades de emprendimiento, por lo que para esta población no se comprueba lo referido en el estudio de Baron y Markman (1999) donde manifiesta que [...] “la autoeficacia es un buen predictor para determinar la diferenciación entre quienes pueden ser considerados como

“empresarios exitosos” o como “no exitosos”, incluso para establecer las diferencias entre “emprendedores” y “no-emprendedores”.



*Figura 24.* Autoeficacia general en mujeres con altos resultados de sus unidades productivas. Fuente: Escala de Autoeficacia General; Cálculos: propios.



*Figura 25.* Autoeficacia General en mujeres con Bajos Resultados de sus unidades productivas. Fuente: Escala de Autoeficacia General; Cálculos: propios.

Por otra parte, se busca relacionar la autoeficacia con otras variables que para efectos de este estudio son relevantes, como lo son la edad, estado civil, nivel educativo, tipo de familia, número de hijos y situación económica.

Por consiguiente y teniendo en cuenta las puntuaciones obtenidas en la escala de autoeficacia, se utilizaron pruebas de Kruskal Wallis, debido a la falta de normalidad en el puntaje global de la escala (*Shapiro – Wilk normality test:  $W = 0.64234$ ,  $p < .001$* ), cuyos principales resultados en el programa R son los siguientes:

#### 7.4.1. Autoeficacia - Estado civil, Nivel Educativo y Situación Económica.

**Tabla 2.** Nivel de autoeficacia en relación con el estado civil, nivel educativo y situación económica

Resultado	Característica	Chisq	Df	p.chisq
Alto	Estado Civil	2.055	4	0.725
	Nivel Educativo	3.256	9	0.953
	Tipo de familia	2.960	2	0.228
	Situación Económica	0.210	3	0.976
	Edad	3.667	3	0.300
	Número de hijos	10.608	3	<b>0.014</b>
Bajo	Estado Civil	3.609	4	0.462
	Nivel Educativo	6.399	6	0.380
	Tipo de familia	4.112	2	<b>0.028</b>
	Situación Económica	3.731	3	0.292
	Edad	7.490	3	<b>0.058</b>
	Número de hijos	2.028	3	0.567

Fuente: Cálculos propios. Escala de autoeficacia

Las significancias de las pruebas indican que no existieron diferencias significativas en la puntuación total de la escala de autoeficacia para los distintos grupos producidos por el estado

civil, nivel educativo y situación económica, tanto para los resultados altos como bajos en las unidades de emprendimiento ( $p > .05$ ).

Para las condiciones restantes indagadas se profundizaron las comparaciones, puesto que resultaron significativas las diferencias.

#### 7.4.2 Autoeficacia y rangos de edad de los grupos.

**Tabla 3.** *Nivel de Autoeficacia y rangos de edad de los grupos*

Resultado	Grupo de Edad	n	Media	DS
Alto	22-34	19	37.00 a	4.11
	35-47	26	38.42 a	3.05
	48-60	38	38.32 a	3.84
	61-73	7	38.43 a	2.07
Bajo	22-34	4	36.25 ab	7.50
	35-47	9	39.11 a	1.05
	48-60	12	35.75 b	3.08
	61-73	5	38.80 ab	1.64

Fuente: Cálculos propios. Escala de autoeficacia

Al agrupar las edades, se pudo establecer que para las mujeres con altos resultados en sus unidades de emprendimiento no hubo diferencias significativas en las puntuaciones obtenidas en la escala de autoeficacia ( $p > .05$ ). Este resultado es parecido a lo encontrado en el estudio realizado por Carbonell (2011) con población de docentes universitarios, en donde no se encontró relación de la autoeficacia en la variable de la edad.

Para el grupo con bajos resultados, se determinó la existencia de diferencias estadísticas significativas entre el grupo con edades comprendidas entre 35 a 47 años y el conformado por edades entre 48 y 60 años, siendo las primeras, las que alcanzaron mayores puntuaciones en la escala.

### 7.4.3 Nivel de Autoeficacia y Tipo de Familia.

**Tabla 4.** *Nivel de Autoeficacia y Tipo de Familia*

Resultado	Tipo de Familia	n	Media	DS
Alto	Nuclear Biparenteral	37	37.81 a	3.04
	Nuclear monoparental	20	38.50 a	3.27
	Extensa	33	38.12 a	4.30
Bajo	Nuclear Biparenteral	12	37.33 ab	3.34
	Nuclear monoparental	5	34.20 b	5.54
	Extensa	13	38.54 a	2.11

Fuente: Cálculos propios. Escala de autoeficacia

Con respecto a la tabla 4, en relación a los tipos de familia, para las mujeres con bajos resultados se estableció la existencia de diferencias significativas en los promedios de las puntuaciones de autoeficacia para familias extensas y nuclear monoparental, siendo esta última la que posee menores mediciones ( $p < .05$ ). En cuanto a las mujeres con altos resultados, no existieron diferencias entre las puntuaciones obtenidas.

### 7.4.4 Nivel de Autoeficacia y Número de Hijos.

**Tabla 5.** *Nivel de Autoeficacia y Número de Hijos*

Resultado	Número de Hijos	n	Media	DS
Alto	1-2	40	37.83 a	3.21
	3-4	36	39.11 a	1.49
	Más de 4	10	37.40 a	6.85
	Sin hijos	4	33.00 b	5.29
Bajo	1-2	11	36.55 a	4.63
	3-4	10	37.00 a	3.46
	Más de 4	5	38.00 a	1.87
	Sin hijos	4	39.50 a	0.58

Fuente: Cálculos propios. Escala de autoeficacia

En cuanto al número de hijos se encontró que las mujeres con altos resultados sin hijos tuvieron menores calificaciones en la escala en comparación a las que tienen al menos un hijo. En el caso de las mujeres con bajos resultados, no fue posible determinar la existencia de diferencias significativas en las puntuaciones obtenidas ( $p > .05$ ).



En cuanto a la autoeficacia en las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, se puede destacar el hecho de la alta percepción que tienen estas mujeres frente a la capacidad de superación de obstáculos al momento de emprender o llevar a cabo un plan. Un alto porcentaje de mujeres obtuvo resultados favorables en sus unidades de emprendimiento lo cual hace que significativamente esa percepción de superación, autoconfianza y autoeficacia sea un motivo para iniciar un emprendimiento, desarrollarlo y expandirlo. Sin embargo, se observa que algunas mujeres con resultados desfavorables en sus unidades de emprendimiento cuentan con un alto nivel de autoeficacia en su mayoría, sin embargo, sus proyectos de emprendimiento no logran mantenerse.

### 7.5 Factores Familiares: Socialización Económica

A partir de la obtención de los datos mediante la aplicación de la Entrevista de Socialización Económica, se pudo establecer para las mujeres microempresarias de la ciudad de la ciudad de Sincelejo con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento, la siguiente Figura

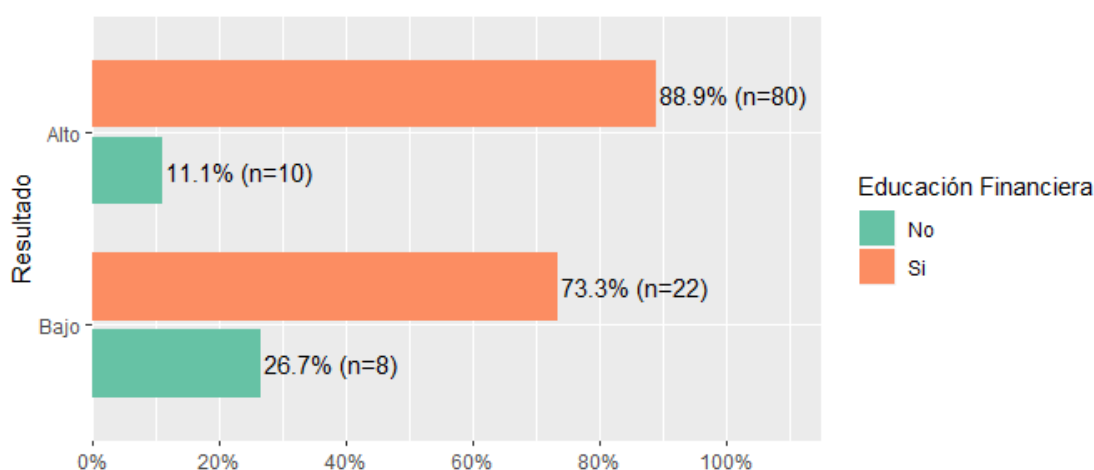


Figura 26. Socialización Económica. Fuente: Entrevista de Socialización económica;

Cálculos: propios

La presente figura muestra un escenario interesante, de 90 mujeres microempresarias en la ciudad de Sincelejo con altos resultados en sus unidades de emprendimiento, el 88,9% de ellas, correspondiente a 80 mujeres, cuentan con una educación financiera adecuada que le ha permitido tener resultados favorables al momento de emprender o desarrollar su propia empresa. Por otro lado, el 11,1% restante de las microempresarias con altos resultados en sus unidades de emprendimiento, correspondiente a un total de 10 mujeres, no cuentan con una educación financiera básica aprendida desde la familia de origen, sin embargo a pesar de ello han logrado mantener su unidad de emprendimiento con altos índices de favorabilidad.

En cuanto a las mujeres microempresarias de Sincelejo con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento, de un total de 30 mujeres, el 73,3%, correspondiente a 22 microempresarias, cuentan con una educación financiera adecuada, sin embargo esto no ha logrado ser una característica importante y significativa para que ellas puedan mantener y desarrollar favorablemente sus unidades de emprendimiento. Así mismo, el 26,7% restante, correspondiente a 8 mujeres microempresarias con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento, no cuentan con ningún tipo de conocimiento o educación financiera básica desde la familia de origen, lo cual resulta evidente al momento de conocer los resultados de sus emprendimientos.

En este sentido, las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo cuentan en su gran mayoría con una educación financiera adecuada proveniente de su núcleo familiar y esto se evidencia en el nivel de favorabilidad en los resultados de sus unidades de emprendimiento; sin embargo, a pesar de ello, existe un grupo de mujeres que, a pesar de contar con una previa educación financiera, no alcanzan resultados favorables en sus unidades de emprendimiento, motivando así muchas veces el fracaso de los mismos.

## **8. Conclusiones y recomendaciones**

### **8.1 Conclusión**

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos es posible concluir que las mujeres emprendedoras del presente estudio en el municipio de Sincelejo, se encuentran con características socioeconómicas muy parecidas, y no es relevante el criterio en este caso, que presenten altos o bajos resultados de sus unidades productivas.

En el caso de la edad de las emprendedoras, se encuentran entre los 22 a los 73 años, pero el 41.7% de estas mujeres están en la franja de los 48 años hasta los 60 años, lo que permite deducir que las mujeres deciden emprender en esta franja de edad, confirmándose que a esta edad son más maduras, seguras y desarrollan un mayor autoconcepto de su capacidad que confirma la teoría que este es un factor personal que se convierte en constructo para que una mujer crea en sus capacidades para desarrollar una actividad de manera exitosa (McGee et al., 2009). Al igual se confirmó que la falta de madurez y experiencia es barrera para el emprendimiento, por lo que existe menor porcentaje de jóvenes emprendiendo, lo cual corrobora el planteamiento de Ronstadt (1984) en donde refiere que los jóvenes presentan barreras para emprender en lo concerniente a capacidad.

También se concluye que la unidad productiva no solo es un sustento personal, sino que contribuye al sostenimiento del hogar dado que el 55% del total de las mujeres emprendedoras cuentan con pareja o conyugue, y es el único sostenimiento familiar para el 23% de las mujeres como jefa de hogar, por la condición de viudas y separadas, motivación adicional para la necesidad de logro.

En el ámbito educativo, las mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo presentan un nivel de escolaridad media vocacional completa o por debajo de esta, representado en un 78.3% y tan solo un porcentaje mínimo del 2.5% posee estudios de pregrado completo, lo que

demuestra que la mayoría de las mujeres emprenden como opción de generación de ingresos y en gran medida porque no cuenta con posibilidades de acceder a un trabajo formal atendiendo a su edad y su nivel educativo. Comprobando lo que dice Donoso, Vásquez, y Rodríguez, (2018) que una de las principales barreras de las mujeres para acceder al mercado laboral es la edad y su formación educativa.

Por otro lado, el porcentaje mínimo de profesionales que emprenden comprueba lo manifestado por Thomas (2009) cuando refiere que, estos poseen mayores expectativas de empleo y mejores oportunidades laborales, y adicionalmente porque desean adquirir más experiencia antes de emprender.

En el ámbito familiar se evidencio que dicha población en su gran mayoría pertenecen a un tipo de familia biparental con un 40.8%, extensa con un 38.3% y un 20.8% monoparental y que en gran medida los hogares están integrados por 4 y 7 personas, determinando esto que las emprendedoras deban buscar mayores ingresos para el sustento de sus familias.

También se evidenció que el 99% de las mujeres emprendedoras pertenecen a la estratificación 1 y 2, con promedios de ingresos en un porcentaje del 75.8% por debajo del salario mínimo, mostrando que las mujeres emprendedoras de la ciudad se encuentran en condición de vulnerabilidad, pertenecientes a barrios subnormales y con necesidades básicas insatisfechas, por lo que también se demuestra que los ingresos producidos por los emprendimientos son bajos y que serían una causal para que los mismos fracasen.

Atendiendo al objetivo 2 de la investigación en lo relacionado con la alfabetización económica, se concluye lo siguiente:

La Alfabetización Económica medida por el instrumento TAE-A coloca de manifiesto las áreas de la economía global que están presentes en la alfabetización económica de las mujeres emprendedoras sujetos de estudio de la ciudad de Sincelejo.

Por lo anterior, se encontró en relación a los temas de economía general, microeconomía, macroeconomía y economía internacional que, las mujeres microempresarias con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento presentan conocimiento en relación a este tema, específicamente según la información obtenida con relación a las mujeres con bajos resultados se evidencia que poseen mayor conocimiento en el área economía general a diferencia de las que tiene altos resultados, en las demás áreas de la alfabetización las microempresarias con altos resultados tienen mayor conocimiento de estas con respecto a las de bajos resultados, lo que evidencia que a pesar de que hay un conocimiento de economía básica y finanzas, y comprensión del fenómeno económico, esto no significa que para esta población sea significativo del éxito en sus unidades de emprendimiento.

Así mismo, en cuanto a conductas de consumo de la población estudiada, se encontró que ambos grupos de mujeres microempresarias, con altos y bajos resultados de sus unidades de emprendimientos, presentan hábitos reflexivos en sus conductas de compras., reflejándose esto en que poseen costumbres de compras tendientes al análisis de los productos que van a adquirir, siendo medidas y racionales a la hora de adquirir productos, con inclinación por el ahorro., sin embargo para las mujeres con bajos resultados este factor no es importante para que sus emprendimientos sean exitosos.

Por otra parte se deduce que las mujeres microempresarias con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento presentan un perfil austero con una conducta meticulosa frente

al endeudamiento, es decir, uso tradicional del dinero en donde se tiende al ahorro y se evita el crédito (Denegri et al. 1999).

En lo referente a la variable autoeficacia es preciso mencionar que la población de mujeres microempresarias de la ciudad de Sincelejo, con altos y bajos resultados en sus unidades de emprendimiento, poseen una posición de positivismo y capacidad de afrontar situaciones adversas que se le puedan presentar durante el proceso de generación, desarrollo y expansión de sus unidades de emprendimiento.

Para el caso de las mujeres microempresarias de Sincelejo se encontró que en cuanto las mujeres con altos resultados en sus unidades productivas la autoeficacia se convierte en un factor importante para alcanzar el éxito, mientras que para las microempresarias con bajos resultados en sus unidades de emprendimiento, a pesar de tener altos niveles de autoeficacia, esta no se considera significativa en los resultados de las unidades de emprendimiento. Corroborándose entonces que estas condiciones hace parte de la estructura social, educacional y la fortaleza de cada personalidad, como el autoconcepto y que hacen parte de los rasgos psicoafectivo (Acosta, F., 2003).

Respecto a la socialización económica en familia de origen, la cual apunta a identificar si han recibido por parte de los padres enseñanza en lo referente al manejo del dinero, los dos grupos de mujeres refieren que han recibido pautas para el manejo del dinero, se pudo establecer específicamente que las emprendedoras con altos resultados en un 88.9% fueron educadas, mientras que el grupo de mujeres con bajos resultados con un porcentaje del 73.3% manifestaron haber recibido educación.

A partir de lo anterior, se puede establecer que la variable de socialización económica para efectos de esta población, no se convierte en un elemento que aporte significativamente al nivel de resultados de sus unidades de emprendimiento.

Finalmente, se puede concluir que los factores de orden personal y familiar en ambas poblaciones son similares, y no existe una diferencia significativa entre los grupos, con altos y bajos resultados.

## **8.2 Recomendación**

Se recomienda continuar el estudio sobre otros factores que pueden influir sobre el emprendimiento o desarrollo del proceso empresarial, que puedan estar incidiendo para que estas mujeres emprendedoras tengan éxito o no en sus unidades de emprendimiento.

Así mismo, se recomienda a las instituciones que lideran el apoyo a esta población, que se haga un mayor énfasis en el nivel de formación previa para futuras microempresarias, que permitan conocer aspectos familiares y personales que puedan influir de manera directa sobre el tipo de emprendimiento que cada mujer decide realizar, como también enfatizar en la formación de capacidades y habilidades que le otorguen a dichas mujeres herramientas más sólidas para el proceso de emprendimiento de una unidad productiva.

Por otra parte el seguimiento y acompañamiento, así como el continuo proceso formativo son fundamentales para que las unidades de emprendimiento puedan mantenerse funcionando, y permita ampliar la frontera de expansión de las mismas, ampliando la visión de negocio de las mujeres y llevando su unidad productiva a un siguiente nivel.

Dado que no es claro para este estudio la relación del contexto social con respecto a los resultados del emprendimiento en sentido estricto el éxito o el fracaso, se recomienda retomar estudios que aborden estas variables para establecer si el entorno donde se encuentran inmersos los emprendimientos condicionan el éxito o fracaso de los mismos.

## 9. Referencias bibliográficas

- Acebedo, M. J., & Velasco, M. (2017). *Emprendimiento social femenino: prolegómenos conceptuales y estudio de casos*. Revista Arbitrada del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales, 27, 102-116.
- Acosta, F. (2003). La familia en los estudios de población en América Latina: estado del conocimiento y necesidades de investigación. Papeles de población, 9(37), 9-50.
- Acs, Z., Braunerhielm, P., Audrestch, D., y Carlsson, B. (2009). The Knowledge Spill over Theory of Entrepreneurship. Small Business Economics, 32(1), 15-30.
- Alcaldía de Sincelejo, (2016). Plan Municipal de Desarrollo de Sincelejo 2016-2019 “Ciudad con Visión”. Recuperado de <http://www.alcaldiadesincelejo.gov.co/Ciudadanos/ProyectosNormatividad/Plan%20de%20Desarrollo%20Municipal%202016%20-%202019.pdf>.
- Alonso, M. y Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución en “Acciones e Investigaciones Sociales”. No.26 (julio 2008). Departamento de Economía y Dirección de Empresas. Universidad de Zaragoza. P.p. 5-44.
- Álvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino: un estudio cuantitativo en España. Economía industrial, ISSN 0422-2784, N° 383.
- Amador, P., & Briones, A. (2017). Factores determinantes que influyen para el emprendimiento de microempresas en el municipio de León, Nicaragua. Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas, 1-30.



- Amar J., Abello, R., Denegri, M., Llanos M & Suárez, R. (2007). Estrategias de Socialización Económica en Padres de Familia. *Revista de Economía del Caribe*, N. 1. 156-183
- Amar, J., Abello, R., & Llanos, M. (2005). Representaciones sociales de los conceptos de pobreza, desigualdad social y movilidad socioeconómica en adolescentes de nivel socioeconómico bajo no escolarizados de la ciudad de Barranquilla. (Proyecto de investigación), Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.
- Amar, J., Abello, R., Llanos, M., & Gómez, B. (2005). Estrategias y prácticas socializadoras y de alfabetización económica en familias de una ciudad multifinanciera de la región Caribe colombiana. *Psicología desde el Caribe*, 16, 29-63.
- Amar, J., Llanos, M., Abello, R., & Denegri, M. (2002). Pensamiento económico de los niños colombianos. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Amit, R. & Mueller, E. (1993). Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Journal of Management Studies*.
- Amorós, J. E. y Bosma, N. (2014). Global Entrepreneurship Monitor 2013. Babson College.
- Archila F. (2009) Relación entre el nivel de ventas y al expectativa de autoeficacia de las gerentes de sector de una empresa de venta de catálogo. Tesis inédita, Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Audretsch, D. (2005). The Knowledge Spill over Theory of Entrepreneurship. En G. Vinig y R. Van der Voort (eds.), *The Emergence of Entrepreneurial Economics. Research on Technological Innovation, Management and Policy*, (pp. 37-54). Bingley: Emerald Group.
- Autio, E. & Kauranen, I. (1994). Technologist-entrepreneurs versus non-entrepreneurial technologists: analysis of motivational triggering factors. *Entrepreneurship and Regional Development*, 6, 315-328.

Banco Mundial (2012). Informe sobre el desarrollo mundial 2012: Igualdad de género y desarrollo.

Recuperado de <https://siteresources.worldbank.org/INTWDR2012/Resources/7778105-1299699968583/7786210-1315936231894/Overview-Spanish.pdf>.

Banco Mundial (2014). Informe sobre el desarrollo mundial 2014: Igualdad de género y desarrollo.

Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/topic/gender/overview>.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change.

Psychological Review, 84 (2), 191-215.

Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. American psychologist, 37(2),

122-147.

Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: Asocial cognitive theory.

Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Barba, V. & Atienza, C. (2011). Reasons to create a new venture: A determinant of entrepreneurial

profiles. African Journal of Business Management, 5(28), 11497-11504.

Baron, R. y Markman, G. (1999). Mecanismos cognitivos: diferencias potenciales entre

emprendedores y no-emprendedores. Lally School of Management & Technology.

Briseño, N., Camarena, M. & Saavedra M.L. (2017). XXII Congreso Internacional de Contaduría,

Administración e Informática-México. Relación de la autoeficacia con la intención de emprendimiento: un enfoque de género.

Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and

future directions. Entrepreneurship Theory and Practice, 16(4), 5- 31.

Buckles, S. y Melican, C. (2002). Assessment framework: 2006 National Assessment of

Educational Progress in Economics. National Assessment Governing Board, Washington.

Campoy D., (2010). Gestión emprendedora. Bogotá, Colombia: Editorial ideas propias.

- Carbonell, E. (2011). Autoeficacia en los Docentes de dedicación completa de la Universidad Rafael Landívar. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Cardona, D., Rada, A. M., & Palma, H. (2017). Creación de empresa como pilar para el desarrollo social e integral de la región caribe: Apuntes críticos. *Saber, ciencia y libertad*, 12(1), 15.
- Carrasco, I., y Castaño, M. (2008). El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social disponible en: [http://www.revistasice.com/cmsrevistasice/pdfs/ice\\_845\\_121-134\\_f6565b36fd765a932bb8beee9aab41.pdf](http://www.revistasice.com/cmsrevistasice/pdfs/ice_845_121-134_f6565b36fd765a932bb8beee9aab41.pdf).
- Carter, S. (2000): «Improving the numbers and performance of women-owned business. Some implications for training and advisory services», *Education and training*, vol. 42, n° 4-5, pp. 326-334.
- Castiblanco M. (2013). La Construcción de la Categoría de Emprendimiento Femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 21(2), 53-66. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-68052013000200005&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052013000200005&lng=en&tlng=es).
- Cid, P., Orellana, A., y Barriga, O. (2010). Validación de la escala de autoeficacia general en Chile. *Revista Médica de Chile*, 138, 551-557.
- Comisión Económica para América Latina, (2012). Población, Territorio y Desarrollo Sostenible. Recuperado de <https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/2012-96-poblacion-web.pdf>
- Cromie, S. (1987). Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs. *Journal of Occupational Behaviour*, 8(3): 251-261.

- Denegri Coria, M., & Palavecinos Tapia, M. (2003). Género y alfabetización económica: ¿oportunidades de desarrollo o nuevos caminos para la discriminación? . *Psicología desde el Caribe*, (12), 76-97.
- Denegri, M. (2004). *Introducción a la Psicología Económica*. Psicom Editores. Bogotá.
- Denegri, M., Fernández, R. Iturra, M. Palavecinos y M. Ripoll (1999). *Consumir para vivir y no vivir para consumir*. Ediciones Universidad de la Frontera. Temuco.
- Denegri, M., Palavecinos, M., Gempp F.R. & Caprile, C. (2005). Socialização econômica em famílias chilenas de classe média: educando cidadãos ou consumidores? *Psicologia e Sociedade*, 17, (2), 88-98. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-71822005000200012&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822005000200012&lng=es&tlng=es)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2016). *Encuesta Nacional de Calidad de Vida - ECV*. Recuperado de: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones\\_vida/calidad\\_vida/Boletin\\_Tecnico\\_ECV\\_2016.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vida/Boletin_Tecnico_ECV_2016.pdf).
- Departamento Nacional de Planeación, (2018).
- Díaz-Sanabria, C. U. (2013). *Factores que inciden en la capacidad emprendedora de los araucanos*. Arauca: Universidad Nacional de Colombia.
- Donoso, T., Vásquez, P y Rodríguez, M. (2018). *Barreras de género para acceder al mercado laboral*.
- Drucker, P. (1985). *La Innovación y el empresario innovador*. Ed. Edhasa. Pág. 25-26.
- Duarte, S., (2013). *Emprendedor*. Bogotá: Alfaomega.

- Eisenhardt, K. M., & Schoonhoven, C. B. (1996). Resource-based view of strategic alliance formation: Strategic and social effects in entrepreneurial firms. *Organization Science*, 7(2), 136.
- Elizundia, M. (2014). Factores personales y sociales que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Revista Administración & Finanzas*, 1-1: 1-15.
- Enríquez Acosta, J., & Bernal Salazar, S. (2014). Vivienda y vulnerabilidad social en hogares con jefatura femenina en Sonora. *Espacialidades. Revista de temas contemporáneos sobre lugares, política y cultura*, 4 (2), 35-65.
- Escobar, Á. E. S., Arias, E. M. M., Torres, E. F. T., & Parra, W. C. (2013). La Influencia de la Familia en el Emprendimiento Empresarial-El Caso de Tres Pymes de los Sectores Comercial y de Servicios de la Ciudad de Sincelejo Sucre-. *Revista Pensamiento Gerencial*, (1).
- Espada, J. P., Gonzálvez, M. T., Orgilés, M., Carballo, J. L., & Piqueras, J. A. (2012). Validación de la Escala de Autoeficacia General con adolescentes españoles [Validation of the General Self-Efficacy Scale with Spanish adolescents]. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 10(1), 355-370.
- Espino, A. (2005). Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género (Vol. 77). United Nations Publications.
- Fasci, M. A., y Valdez, J. (1998). A performance contrast of male- and female-owned small accounting practices. *Journal of Small Business Management*, 36(3), 1.
- Faúndez, A.M (2007). Serie Marcos Conceptuales 2 ¿Qué entendemos por enfoque de género?. Inclusión y Equidad Consultora Latinoamericana. Chile.

- Fayole A. y Bruyat C. (2002). A conceptual and methodological framework to study, using the modeling of complex system, the Foundation and Development Processes of Innovate Business Activities. First European Conference en Entrepreneurship Research. 2002.
- Fernández, O. (2014). Mecanismos de la exclusión femenina. Miradas multidisciplinares para un mundo en igualdad (págs. 45-59). Logroño: Universidad de la Rioja.
- Fuente de Información Laboral de Colombia. (2018). Recuperado de <http://filco.mintrabajo.gov.co/FILCO/faces/estadisticas.jsf>.
- Galindo, M., Guzmán, J., y Ribeiro, D (2009). Entrepreneurship and Business. A Regional Perspective. Berlín: Springer.
- García, A., Déniz, M. & Cuéllar-Molina, D. G. (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. Cuadernos de Administración, 28(51).
- Geroski, Paul. Maket. (1991). Dynamic and Entry. Royal Economic Society. Vol. 101, No.409.
- Gholipour, A. M. & Pirannejd, A. (2010) The feasibility of job sharing as a mechanism to balance work and life of female entrepreneurs. International Business Research 3(3), 133-140.
- Gibb, A.G. & Ritche, J. (1982) Understanding the process of starting small business. European Small Bussiness Journal. Vol. 1 No.1.
- Global Entrepreneurship Monitor (2014) GEM Colombia 2014. Recuperado de [https://www.cecacar.edu.co/documentos/centro\\_de\\_emprendimiento/GEM-Colombia%202014.pdf](https://www.cecacar.edu.co/documentos/centro_de_emprendimiento/GEM-Colombia%202014.pdf)
- Global Entrepreneurship Monitor (2015) Reporte Nacional 2014 México. Tecnológico de Monterrey. Recuperado de <https://www.editorialdigitaltec.com/materialadicional/reporteregionalgem2015.pdf>

- Gobernación de Sucre, (2016). Plan Departamental de Desarrollo de Sucre 2016-2019 “Sucre progresa en paz”. Recuperado de [http://sucre.micolombiadigital.gov.co/sites/sucre/content/files/000023/1140\\_plan-departamental-de-desarrollo-20162019.pdf](http://sucre.micolombiadigital.gov.co/sites/sucre/content/files/000023/1140_plan-departamental-de-desarrollo-20162019.pdf)
- Greve, A., & Salaff, J. W. (2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(1), 1-22.
- Guerrero, L.R., Gómez, E.G., & Armenteros, A., (2014). Mujeres emprendedoras: similitudes y diferencias entre las ciudades de torreón y saltillo, Coahuila. *Revista internacional administración & finanzas*, (7), (P.p 77-90)
- Guerrien, B., & Jallais, I. (2008). *Microeconomía: una presentación crítica* (No. 338.5 G8.).
- Harris, C., Morrison, R., Ho, M y Lewis, K. (2008). "Mumpreneurs: Mothers in the Business of Babies. Proceedings from the Australia and New Zealand Academy of Management Conference, Auckland, New Zealand
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. CEPAL.
- Herrera A, María G, Estrada G, Claudia A, & Denegri C, Marianela. (2011). La alfabetización económica, hábitos de consumo, actitud hacia el endeudamiento y su relación con el Bienestar Psicológico en funcionarios públicos de la ciudad de Punta Arenas. *Magallania* (Punta Arenas), 39(1), 83-92. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22442011000100005>
- Hundley, G. (2001). Why women earn less than men in self-employment. *Journal of labor research*, 22(4), 817-830.
- Iqbal, K. (2003). Economic literacy. Recuperado de [http://www.emela.com/lekha/article/Iqbal\\_Economic\\_Literacy\\_011003.html](http://www.emela.com/lekha/article/Iqbal_Economic_Literacy_011003.html).

- Justo, R. (2008). La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras. Tesis Doctoral, Departamento de Estructura Económica y Economía del Desarrollo, Universidad Autónoma de Madrid.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Moori, V. (2004). Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional, 35-198.
- Kelley, D. J., Baumer, B., Brush, C., Greene, P., Mahdavi, M., Majbouri, M., Heavlow, R. (2016). Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report.
- Kelley, D. J., Brush, C. G., Greene, P. G. y Litovsky, Y. (2013). Global Entrepreneurship Monitor. 2012 Women's Report. Babson College.
- Krueger Jr, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 18(3), 91-104.
- Lambing, P. & Kuehl, C. (1998). *Empresarios pequeños y medianos*. Cd. México, Prentice Hall.
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, n. 3, pp. 341-364.
- Lee, L., Wong, P., Der Foo, M., & Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors. *Journal of Business Venturing*, 26 (1), 124-136.
- Levesque, M. & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177-194.
- Levie, J., & Autio, E. (2011). Regulatory burden, rule of law, and entry of strategic entrepreneurs: An international panel study. *Journal of Management Studies*, 48(6), 1392-1419.
- Ley 1014 de 2006. Diario Oficial No. 46.164 de la República de Colombia, Bogotá, Colombia, 27 de enero de 2006. Recuperado de [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html)



Ley N° 905 2004. Diario Oficial No. 45.628 de la Republica de Colombia, Bogotá, Colombia, 2 de agosto de 2004. Recuperado de [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0905\\_2004.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html).

Llanos, M., Denegri, M., Amar, J., Abello, R., & Tirado, D. (2009) Aprendiendo a comprender el mundo económico. Barranquilla, Colombia; UniNorte. Recuperado de ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/unortesp/detail.action?docID=3193111>.

Markman, G.D., Balkin, D.B. & Baron, R.A. (2001). Inventors' cognitive mechanisms as predictors of new venture formation. Paper presentado al encuentro de la Academy of Management, Washington, DC.

Martínez, A. G. (s.f). Mujer Colombiana - Mujer De Colombia. Recuperado en: <http://www.todacolombia.com/mujercolombiana.hhtm>.

Marulanda, F.A., Montoya, I.A., & Vélez, (2014). *Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor*. Cuadernos de Administración, Universidad del Valle, Vol. 30 N° 51. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n51/v30n51a10.pdf>.

McClelland, D. (1961). The Achieving Society. New York: A Free Press Paper-back

McClelland, D. (1965). Thinking ahead- Achievement Motivation Can Be Developed. Harvard Business Review, 7-24.

McClelland, David (1961). The Achieving Society. Journal of Managment.

McClelland, James L. (1980). Motivation and Organization. McGraw Hill.

McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988.

Mendoza, C. (2017). Incorporación de un enfoque de género en la búsqueda de empleo. Revista de Psicología GEPU, 8 (2), 121-130.

- Menger, Carl. (1981). Principles of economics. New York: New York University Press.
- Miller, D (2015). A downside to the entrepreneurial personality? *Entrepr. Theory Pract.* 39: 1-8.
- Ministerio de Educación Nacional. (2011). La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Recuperado de [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-307150\\_archivo\\_pdf\\_guia39.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-307150_archivo_pdf_guia39.pdf)
- Minniti, M. (2010). Female Entrepreneurship and Economic Activity. *European Journal of Development Research*, 22(3), 294.
- Moncayo, P. (2008). Emprendimiento: un concepto que integra el hacer del sujeto. . *Management*, 33-48.
- Moreno, S. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 21(2), 53-66.
- Muñiz- Ferrer, M. (2015). *Emprendimiento: Innovación y cambio social*. Icade, p. 6-10.
- Muñiz J, Suárez-Álvarez J, Pedrosa I, Fonseca-Pedrero E, García-Cueto E (2014) Enterprising personality profile in youth: Components and assessment. *Psicothema* 26: 545-553.
- Nel, P., Maritz, A., & Thongprovati, O. (2010). Motherhood and entrepreneurship: the mumpreneur phenomenon. *International Journal of Organizational Innovation*, 3(1), 6-34.
- Nilsson, P. (1997): «Business counseling services directed towards female entrepreneurs - some legitimacy dilemmas», *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 9, nº 3, pp. 239-258.
- Olvera, S. G. (2015). Emprendimiento en las empresas familiares. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 4(7), 1-1.
- ONU MUJERES. (2015). ONU MUJERES. Recuperado de ONU MUJERES: <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures>

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2009). Igualdad de género, empoderamiento de las mujeres y la Declaración de París sobre la Eficacia de la Ayuda al Desarrollo: Resumen temático 4. Recuperado de <https://www.oecd.org/dac/gender-development/43415316.pdf>
- Ortiz, M.C. (2015). Influencia familiar en la creación de empresa en la Universidad Militar Nueva Granada.
- Pardo, C., & Alfonso, W. (2015). Análisis de los principales factores de los factores del fracaso de los emprendimientos en Colombia.
- Paturel, R. (1997). *Pratique du management stratégique*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Paul R., Obstfeld, M., & Marc J. (2012). *Economía internacional: Teoría y política*. Pearson.
- Pérez, Á. & Niño, A. (2017). Retos de las políticas públicas para el fomento del emprendimiento femenino en Colombia. *Reflexión Política*, 19(38), 42-57.
- Pihie, L., and Akmaliah, Z. (2009). Entrepreneurship as a career choice: An analysis of entrepreneurial self-efficacy and intention of university students. *European Journal of Social Sciences*, 9 (2), 338-349.
- Plan de Desarrollo Ciudad con Visión 2016-2019. (2016). Plan de Desarrollo Ciudad con Visión 2016-2019. Sincelejo. Recuperado de: <http://www.alcaldiadesincelejo.gov.co/Ciudadanos/ProyectosNormatividad/Plan%20de%20Desarrollo%20Municipal%202016%20-%202019.pdf>.
- Portafolio. (2017) <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/emprendimiento-femenino-en-colombia-crecio-25-en-el-ultimo-ano-512134>
- Quintero, A. (2007). *Diccionario Especializado en Familia y Género*.

- Rabago, D' Annunzio y Monserrat (2004). El Perfil de Mujeres Emprendedoras Exitosas de Argentina.
- Rees, H & Shah A. (1986). An empirical analysis of self-employment in the U.K. *Journal of Applied Econometrics*.
- Robertson, T., J.Z. Zielinski y S. Ward (1984). *Consumer Behavior*. Scott: Foresman and Company.
- Ronstandt, R. (1985). The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning. *American Journal of Small Business*, Spring, 37-53.
- Salvatore, D., & Diulio, E. A. (1982). *Principios de economía*. McGraw-Hill,
- Sánchez, J. (2010) Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*. 42 (1) 41-52.
- Sanjuán, P., Pérez, A. y Bermúdez, M (2000). Escala de autoeficacia general: datos psicométricos de la adaptación para población española. *Psicothema*, Vol. 12, p. 509.
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A. (1942) *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York. Harper & Brothers.
- Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1995). Generalized Self-Efficacy scale. In J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston, *Measures in health psychology: A user's portfolio*. Causal and control beliefs (pp. 35-37). Windsor.
- Segura, M. y Pintor, L. (2010). Una visión desde el empresarismo femenino en Colombia y su potencial de internacionalización. Recuperado de

- [http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma\\_negocios\\_working\\_papers/2011-v1-n1/01-empresarismo-femenino.pdf](http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2011-v1-n1/01-empresarismo-femenino.pdf)
- Sepúlveda Maldonado, J., & Denegri Coria, M., & Orellana Calderón, L., & Criado, N., & Mendoza, J., & Salazar, P., & Yung, G. (2017). Características Emprendedoras Personales y Alfabetización Económica: Una Comparación entre Estudiantes Universitarios del Sur de Chile. *Interdisciplinaria*, 34 (1), 107-124.
- Shapero, A. (1994). The entrepreneurial event. The environment for entrepreneurship Lexington press.
- Suárez, R. (2011). Mujeres empresarias en Colombia: Hacia la autonomía económica y la construcción del cuidado. (Tesis de Maestría), Universidad Nacional de Colombia.
- Thomas, M. (2009). The impact of education histories on the decision to become self-employed: a study of young, aspiring, minority business owners. *Small Business Economics*, 33(4), 455-466.
- Ubierna, F. (2014). La intención emprendedora de los estudiantes universitarios de grados de diseño (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de Educación a Distancia, España. Recuperado de <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:CiencEcoEmp-Ubierna/Documento.pdf>.
- Vallmitjana-Palau, N. (2014). La actividad emprendedora de los graduados IQS. Barcelona: Universidad Ramon Llull.
- Verheul, I., Wenneker, S., Audretsch, D. & Thurik, R. (2001). An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture. EIM Research Report.
- Villamil, J., (2014). Implementacion de la Formacion en Emprendimiento en los Ciclos 2, 3, 4,5, Sede “A” Jornada Mañana del Colegio Rural Quiba Alta de Bogotá. Recuperado de

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/8124/implementacion%20de%20la%20formaci%C3%93n%20de%20emprendimiento%20quiba%20alta%20ied%20%281%29.pdf?sequence=1&isallowed=y>.

Vizcarra, J. (2014). Diccionario de Economía: Términos, Ideas y Fenómenos Económicos.

Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(0143), 171-180.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 31(3), 387.

World Bank. (2012). The persistence of gender inequality. Recuperado de: <https://siteresources.worldbank.org/INTWDR2012/Resources/7778105-1299699968583/7786210-1315936222006/chapter-2.pdf>.

Yamane, E. (1997). The meaning of Economic Education in Japanese Elementary and Secondary Education: An historical perspective. In *Proceeding of the Second Conference of the International Association for Children's Social and Economic Education*. Malmo, Sweden: Edge Hill University College/IACSEE, p. 101-104.

Zambrano-Carbonell, L. (2016). El papel del Estado en el desarrollo del emprendimiento: Comparativo Colombia – Ecuador, (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/57213/7/luzadrianazambranocarbonell.2016.pdf>

Zampetakis, L.A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., & Moustakis (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15 (6)

## **10. Anexos**

### **1. Consentimiento Informado**

#### **CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Yo.....a través del presente accedo a participar en la investigación “Factores críticos en el éxito de microempresarias mujeres en ciudades de la costa caribe colombiana: el caso de Sincelejo”, que se está desarrollando en el marco de la Maestría en Desarrollo Social de la Fundación Universidad del Norte (Barranquilla. Colombia) Grupo de investigación en desarrollo humano (GIDHUM).

La presente investigación tiene como objetivo establecer perfiles de mujeres microempresarias y perfiles de las microempresas de mujeres en contextos urbanos relacionados con el nivel de resultados de sus unidades productivas.

Mi compromiso consiste en disponer del tiempo necesario para completar los cuestionarios administrados por los investigadores, que se llevará a cabo en los espacios físicos acordados previamente con la investigadora.

Se me ha explicado la naturaleza y el objetivo de lo que se me propone, incluyendo riesgos significativos y alternativas disponibles. Estoy satisfecho con esas explicaciones y las he comprendido.

Tengo conocimiento que mi participación es libre y voluntaria, que puedo retirarme en el momento en el que lo desee sin que esto tenga consecuencias indeseables para mí

Además se me ha asegurado total confidencialidad y anonimato de la información obtenida, como también que estos datos no serán utilizados para un objeto distinto a la investigación anteriormente mencionada.

Como contraprestación, tengo derecho a conocer los resultados finales si así lo solicito. Además estoy consciente que estos podrán utilizarse para divulgación científica en forma verbal o escrita

Aclaro que he leído y entendido cada párrafo de este documento, para constancia firmo en \_\_\_\_\_ (ciudad) el \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_\_

Firma del participante \_\_\_\_\_

Documento C.C. Número. \_\_\_\_\_



## 2. Encuesta de datos sociodemográficos

### ENCUESTA DE DATOS SOCIOECONÓMICOS

**Código (    )**

Los datos personales suministrados en este cuestionario son de uso puramente científico y confidencial, por esta razón no se pedirán los nombres de los encuestados, para que puedan responder con sinceridad.

Fecha:      Día \_\_\_\_ Mes \_\_\_\_ Año \_\_\_\_

Encuesta No. : \_\_\_\_

#### **I. IDENTIFICACIÓN**

1. Sexo:    1. \_\_\_\_ Masculino    2. \_\_\_\_ Femenino

2. Edad: \_\_\_\_

3. Estado civil: 1. \_\_\_\_ Soltero (a)    2. \_\_\_\_ Casado (a)    3. \_\_\_\_ Viudo (a)    4. \_\_\_\_ Separado(a)  
5. \_\_\_\_ Unión Libre

4. Número de hijos: \_\_\_\_      Edad de los hijos: \_\_\_\_

5. Nivel máximo de escolaridad:

1. \_\_\_\_ Básica primaria Incompleta (1° a 5° incompleto)

2. \_\_\_\_ Básica primaria Completa    (5° completo)

3. \_\_\_\_ Básica secundaria Incompleta (6° a 9° incompleto)

4. \_\_\_\_ Básica secundaria completa (9° completo)

5. \_\_\_\_ Media Vocacional Incompleta (10° a 11° incompleto)
6. \_\_\_\_ Media vocacional Completa (11° completo)
7. \_\_\_\_ Técnico ó Tecnológico Incompleto
8. \_\_\_\_ Técnico ó Tecnológico Completo
9. \_\_\_\_ Superior Universitario (Pregrado) Incompleto
10. \_\_\_\_ Superior Universitario (Pregrado) Completo
11. \_\_\_\_ Superior especialización ó Maestría ó Doctorado ó Post-doctorado Incompleta
12. \_\_\_\_ Superior Especialización ó Maestría ó Doctorado ó Post-doctorado Completa.

6. Título (s):      Área:

7. Ciudad o municipio y Departamento donde reside

8. Barrio o Localidad donde reside:      Dirección:

9. Empleado: 1. \_\_\_\_ de tiempo completo, 2. \_\_\_\_ de tiempo parcial,

3. \_\_\_\_ subempleado, 4. \_\_\_\_ Desempleado

10. Posición Ocupacional: 1. \_\_\_\_ Trabajador familiar 2. \_\_\_\_ Obrero, empleado

3. \_\_\_\_ Empleado doméstico 4. \_\_\_\_ Trabajador por cuenta propia 5. \_\_\_\_ Patrón o

empleador

Qué hace (observaciones):

11. Tipo de familia: 1. \_\_\_\_ Nuclear Biparenteral 2. \_\_\_\_ Núclear monoparental 3. \_\_\_\_ Extensa

12. Número de personas que habitan en su vivienda: \_\_\_\_

13. Estrato de la vivienda donde usted habita: \_\_\_\_

Para poder comparar los distintos grupos, necesitamos una indicación de sus ingresos particulares. Recuerde que esta información es **estrictamente confidencial** y que su nombre no figura en ningún apartado de la encuesta. Por favor conteste con la máxima precisión posible.

**14.** Marque el ingreso mensual aproximado del grupo familiar (ingreso propio sumado al ingreso de las personas que comparten vivienda con usted): En Pesos:

1. \_\_\_\_ Menos de \$ 689.454      2. \_\_\_\_ Entre \$689.455 y \$2'068.362
3. \_\_\_\_ Entre \$2'068.363 y \$3.447.270      4. \_\_\_\_ Entre \$3.447.271 y \$4.826.178
5. \_\_\_\_ Entre \$4.826.179 y \$6.205.086      6. \_\_\_\_ Entre \$6.205.087 y \$7.583.994
7. \_\_\_\_ Entre \$7.583.995 y \$8.962.902      8. \_\_\_\_ Entre \$8.962.903 y \$10.341.810
9. \_\_\_\_ Más de \$10.341.810

**15.** Recibe alguna ayuda económica por parte de otras personas:

1. \_\_ Todos los meses    2. \_\_ Ocasionalmente (pase a la parteII)    3. \_\_ No (pase a la parte

II)

**16.** Indique la cantidad aproximada de la ayuda mensual que recibe de otras personas:

\$

**17.** Número de personas que dependen económicamente de usted: \_\_\_\_\_

## **II. SITUACIÓN ECONÓMICA**

**18.** ¿Cómo juzgaría usted su actual situación económica? (Marque la alternativa que más se aproxime a su percepción.):

1. \_\_\_\_ Difícil    2. \_\_\_\_ Regular    3. \_\_\_\_ Aceptable    4. \_\_\_\_ Buena

### III. ENDEUDAMIENTO

En la siguiente lista, marque al lado con una cruz si actualmente no mantiene deuda alguna, mantiene alguna deuda, o si dicha deuda se encuentra en estado de mora.

CONCEPTO	1.NO TIENE DEUDA	2.DEUDAVIGENTE Mantiene deuda, pero paga las cuotas puntualmente	3.EN MORA Está retrasado en el pago de sus cuotas
17. Acueducto			
18. Energía eléctrica			
19. Gas domiciliario			
20. Teléfono			
21. Celular			
22. Televisión por cable			
23. Arriendo de la vivienda			
24. Arriendo de local comercial			
25. Tarjetas de crédito			
26. Bancos o financieras			
27. Servicios de salud			
28. Servicios de entretenimiento			
29. Deudas con familiares			
30. Deudas con amigos			
31. Prestamistas particulares			
32. Crédito universitario o educativo			
33. Administración			
Otros (especifique)			

### 3. Escala de autoeficacia general

#### Escala de Autoeficacia General de Baessler y Schwarzer

**Edad:** \_\_\_\_\_ años **Género:** Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

**Escolaridad:** No estudio \_\_\_\_\_ Primaria \_\_\_\_\_ Secundaria \_\_\_\_\_ Grado universitario \_\_\_\_\_ Post grado \_\_\_\_\_

#### INDICACIONES:

No hay respuestas correctas, ni incorrectas. Lea cada una de las afirmaciones, y marque con una “X” el número que considere conveniente. Utilice la siguiente escala para responder a todas las afirmaciones:

1	2	3	4
INCORRECTO	APENAS CIERTO	MÁS BIEN CIERTO	CIERTO

N.	AFIRMACIONES				
1	Puedo encontrar la manera de obtener lo que quiero aunque alguien se me oponga.	1	2	3	4
2	Puedo resolver problemas difíciles si me esfuerzo lo suficiente.	1	2	3	4
3	Me es fácil persistir en lo que me he propuesto hasta llegar a alcanzar mis metas.	1	2	3	4
4	Tengo confianza en que podría manejar eficazmente acontecimientos inesperados.	1	2	3	4
5	Gracias a mis cualidades puedo superar situaciones imprevistas.	1	2	3	4
6	Cuando me encuentro en dificultades puedo permanecer tranquilo (a) porque cuento con las habilidades necesarias para manejar situaciones difíciles.	1	2	3	4
7	Venga lo que venga, por lo general soy capaz de manejarlo.	1	2	3	4
8	Puedo resolver la mayoría de los problemas si me esfuerzo lo necesario.	1	2	3	4
9	Si me encuentro en una situación difícil, generalmente se me ocurre qué debo hacer.	1	2	3	4
10	Al tener que hacer frente a un problema, generalmente se me ocurren varias alternativas de cómo resolverlo.	1	2	3	4

**4. TAE-A Alfabetización Económica****TAE-A**

Código: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Dirección: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

Nivel educativo \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

A continuación usted encontrará 23 preguntas destinadas a evaluar sus conocimientos generales sobre economía. Cada pregunta propone cuatro alternativas, de las cuales sólo una es la correcta. Lea detenidamente cada pregunta y señale la alternativa correcta marcándola con una X. No debe omitir ninguna pregunta.

**1. ¿Quién paga IVA (impuesto al valor agregado)?**

- a) El consumidor final
- b) El productor
- c) El distribuidor
- d) Nadie

**2. Un Ejemplo de Bien Económico es:**

- a) Una casa.
- b) Una carrera de taxi.
- c) Una llamada telefónica.

- d) Una importación.

**3. ¿Cuándo es el momento propicio para obtener un crédito hipotecario?**

- a) Cuando las tasas de interés son bajas.
- b) Cuando existe alta inflación.
- c) Cuando el banco se lo ofrece.
- d) Cuando el banco central baja la tasa de interés de descuento.

**4. ¿Qué tipo de Cheque es más seguro?**

- a) De gerencia.
- b) Cruzado.
- c) Al portador.
- d) Páguese al primer beneficiario.

**5. Si el precio de la carne se duplica, y el precio del pollo se mantiene, las personas probablemente comprarán:**

- a) Más pollo y menos carne.
- b) Más pollo.
- c) Más pollo y la misma cantidad de carne.
- d) Ni pollo, ni carne.

**6. Sí aumenta el precio de una materia prima como el petróleo, esto generará:**

- a) Aumentos en los costos de producción de las empresas.
- b) Desempleo.
- c) Crecimiento económico.
- d) Inflación.

**7. Si existe un alza en la Bolsa de Valores Colombiana ¿quién se beneficia?**

- a) Solo los empresarios, ya que aumenta el valor de las acciones de sus empresas.
- b) Principalmente los propietarios de acciones a través de dividendos.
- c) Toda la población, ya sea a través de la cotización de los fondos de pensiones por el empuje que la bolsa le da a la economía.
- d) Las bolsas de valores extranjeras.

**8. ¿Cuál es la consecuencia mediata del crecimiento económico?**

- a) Expansión del empleo y del consumo en la economía nacional.
- b) Aumento de la calidad de vida de la población.
- c) Mejor distribución del ingreso nacional.
- d) Aumento en la expectativa de vida.



**9. ¿Cuándo es el momento propicio para comprar dólares?**

- a) Cuando la moneda nacional esta devaluada.
- b) Cuando la moneda nacional esta revaluada.
- c) En momentos de incertidumbre.
- d) En momentos de necesidad.

**10. El precio de un bien o servicio es fijado por:**

- a) La oferta y la demanda del bien o servicio.
- b) El productor.
- c) El índice de precios al consumidor.
- d) El Gobierno.

**11. ¿Qué es un crédito?**

- a) Una operación en que se piden préstamos a una casa comercial para su posterior pago.
- b) Utilización de los fondos de otra persona a cambio de la promesa de devolverlos más los intereses correspondientes.
- c) Concesión de un permiso dado por una persona a otra para obtener la posesión de algo.
- d) Un cambio en el que una de las partes entrega de inmediato un bien o servicio y recibe más tarde, el pago correspondiente más los intereses devengados.

**12. Entre las posibles causas de la deflación podemos encontrar:**

- a) Una baja en la demanda agregada.

- b) Un aumento de la demanda sobre la oferta y disminución de la cantidad de circulante monetaria.
- c) Disminución del intercambio comercial.
- d) Disminución de la cantidad de circulante monetario y disminución del intercambio comercial por una falta de demanda.

**13. El concepto Tipo de Cambio se refiere a:**

- a) Precio de intercambio de la moneda de un país por la de otro.
- b) Divisa que sirve para realizar transacciones con el resto del mundo.
- c) Comisiones cobradas por las Casas de Cambio.
- d) Precio de intercambio de la moneda y divisa que permite realizar transacciones Internacionales.

**14. Uno de los primeros signos de recuperación económica es:**

- a) Disminución del desempleo.
- b) Disminución de existencias acumuladas en las empresas.
- c) Una reducción del nivel de precios.
- d) Un aumento en la demanda o consumo interno.

**15. ¿Qué Política Económica sería la más adecuada para combatir la recesión?**

- a) Un incremento en los impuestos.
- b) Flexibilidad en el mercado.
- c) Una baja en la tasa de interés.
- d) Un incremento en la oferta de dinero.

**16. Un aumento de la cantidad de dinero existente en la economía generará:**

- a) Posible desabastecimiento.
- b) Deflación.
- c) Inflación.
- d) Alza en las tasa de interés.

**17. Cuando las tasas de interés bajan, es bueno para:**

- a) Pedir préstamos.
- b) Ahorrar y pedir préstamos.
- c) Pedir préstamos y malo para ahorrar.
- d) Invertir con financiamiento bancario.

**18. Sabemos que nos encontramos bajo un proceso deflacionario cuando existe un:**

- a) Proceso sostenido y generalizado de disminución de precios.
- b) Fenómeno social donde aumenta el costo de la vida.
- c) Proceso en el cual baja la producción del producto interno bruto.
- d) Índice de precios al consumidor (IPC) negativo.

**19. El Banco de la República emite un bono cuando:**

- a) Se busca financiamiento nacional en el extranjero.
- b) El riesgo país es bajo.
- c) Hay guerras en el exterior.

- d) Existe déficit fiscal.

**20. El sistema económico Colombiano es de tipo:**

- a) Capitalista o de mercado.
- b) Federal.
- c) Social de mercado.
- d) Mixto.

**21. Si la divisa incrementa su valor, ¿cuál será la principal consecuencia para la Economía Colombiana?**

- a) Las exportaciones aumentan.
- b) Aumenta la oferta de divisas en el país.
- c) Es negativa la balanza comercial.
- d) Las importaciones disminuyen.

**22. El dinero líquido está conformado por:**

- a) Billetes, monedas y libreta de ahorro.
- b) Billetes, monedas y cuentas corrientes.
- c) Libretas de ahorro, billetes y CDT.
- d) Moneda extranjera, acciones y cuentas ahorro.

**23. ¿Uno de los valores agregados para calcular el PIB (producto interno bruto) es:**

- a) Índice de precios al consumidor.
- b) El gasto del gobierno.

c) Índice de precios al productor.

d) Producto Nacional Bruto.

## 5. Escala Conductas de Consumo

### **ESCALA CONDUCTAS DE CONSUMO**

Para cada afirmación, señale la alternativa que más se relaciona con su Conducta Habitual

<b>AFIRMACIONES</b>	<b>1. CASI NUNCA</b>	<b>2. ALGUNAS VECES</b>	<b>3. A MENUDO</b>	<b>4. CASI SIEMPRE</b>
1. Hace una lista de los productos y servicios que necesita comprar				
2. Selecciona los productos según su calidad				
3. Para distribuir su dinero, ordena los productos según su importancia antes de comprar				
4. Selecciona los productos según su precio				
5. Compara precios entre distintas marcas				
6. Compara precios en distintos locales de venta				
7. Lee las etiquetas de los productos				
8. Mira el peso neto de los productos				
9. Se asegura que los electrodomésticos tengan servicio técnico en la ciudad				
10. Pregunta por el tiempo de garantía				
11. Pregunta sus dudas al vendedor antes de comprar				
12. Compra en el comercio ambulante				
13. Planifica sus compras con antelación				
14. Si compra ropa, lee la etiqueta para saber características y cuidado que requiere				
15. Gasta más de lo que debería				
16. Examina detalladamente los productos de compra				
17. Compra a crédito				
18. <u>Si solicita crédito</u> , pregunta por tasas de intereses y el incremento del precio final				
19. <u>Si compra a crédito</u> , compara las tasas de interés en distintos locales comerciales				

## 6. Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento

### ESCALA DE ACTITUDES HACIA EL ENDEUDAMIENTO

A continuación, señale la alternativa que mejor refleje su grado de acuerdo o desacuerdo con cada afirmación.

AFIRMACIONES	1. MUY EN DESACUERDO	2. EN DESACUERDO	3. DE ACUERDO	4. MUY DE ACUERDO
1. Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después				
2. El uso del crédito permite tener una mejor calidad de vida				
3. Es preferible tratar de pagar siempre al contado				
4. Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene				
5. Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero				
6. Es importante pagar las deudas lo antes posible				
7. Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero				
8. Pedir un préstamo es a veces una muy buena idea				

## 7. Entrevista de Socialización económica

### ENTREVISTA SOCIALIZACIÓN ECONOMICA EN FAMILIA DE ORIGEN

Fecha de aplicación\_\_\_\_\_

**Código** (    )

1. ¿Cómo fueron educados Uds. para manejar el dinero?
2. ¿Quién o quienes les enseñaron?
3. ¿Cuáles fueron las cosas más importantes que aprendieron?
4. ¿Qué cosas no aprendieron?
5. ¿Qué impacto tuvo eso en su vida?